

Top-Themen

IFA 2022: Erfolgreicher Restart unserer Branchenmesse | Seite 9

AEG vereint Nachhaltigkeit mit strahlend sauberer Wäsche | Seite 15

Graef stellt auf der IFA seine erste Küchenmaschine vor | Seite 24

Frisch gemahlen, nicht gekapselt

Die neue J8 von JURA für Kaffeespezialitäten – sogar mit gesüßtem Milchschaum

Seite 11





Welche Kategorien den Aufschwung der Vorjahre beibehalten können

Trend zum Home Spa geht weiter

Der Gesundheits- und Wellnessmarkt hat durch die Pandemie an Bedeutung gewonnen: Der Trend ging zum eigenen Home Spa. Doch welche Segmente konnten nach den Lockerungen das Wachstum halten? **Carina Wagner**, Expertin für Health- und Beautyprodukte bei **GfK**, zeigt auf, dass Massage- und Elektrostimulationsgeräte sowie Haar-Styler auch nach der Pandemie noch die klaren Gewinner sind. Zum Haarschneiden bevorzugen Konsumenten jedoch professionelle Dienstleister.

Die Aufmerksamkeit der deutschen Konsumenten für Themen wie mentale und physische Gesundheit und ihr Wohlbefinden nimmt immer weiter zu. So geben 46 Prozent der Deutschen an, nicht nur akute Probleme zu behandeln, sondern gleichermaßen auf Vorsorgemaßnahmen zu setzen, um gesundheitliche Einschränkungen gar nicht erst entstehen zu lassen.

Insbesondere mit der Corona-Pandemie hat das Thema an Bedeutung gewonnen. Durch die Lockdowns wurden zahlreiche Aktivitäten in die eigenen vier Wände verlegt. Salons für Gesundheits-, Wellness- und Körperpflegebehandlungen waren während der Pandemie lange geschlossen. Profitiert haben von diesen Entwicklungen insbesondere elektrische Kosmetikartikel, elektrische Massagegeräte sowie elektrische Stimulationsgeräte – Bereiche, in denen Konsumenten gerne auch Dienstleister aufsuchen.

Stressreduktion: Massage- und Elektrostimulations- geräte bleiben im Trend

Tragbare elektrische Massagegeräte konnten ihr Wachstum auch nach der Pandemie fortsetzen. Massagepistolen haben



Carina Wagner

ihren Umsatzanteil am Gesamtmarkt im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2019 verdreifacht und konnten ihren Umsatz im ersten Halbjahr 2022 nochmals um weitere 71 Prozent steigern. Ebenso verzeichneten Massagekissen, -stühle sowie Geräte zur Fußmassage während der Pandemie eine erhöhte Nachfrage.

Insgesamt konnten elektrische Massagegeräte 2021 somit einen Umsatz von über 30 Millionen Euro verbuchen, was einem Wachstum um beinahe 12 Millionen Euro im Vergleich zum Vorpandemiejahr 2019 entspricht. Im ersten Halbjahr 2022 ist der Gesamtumsatz um weitere 14 Prozent gestiegen. Nicht verwunderlich, wo doch im letzten Jahr immerhin 40 Prozent der Deutschen angaben, mindestens einmal pro Woche gestresst zu sein.

Auch der Bereich der elektrischen Stimulationsgeräte hat sich nachhaltig positiv entwickelt. Hierunter fallen EMS- und Tens-Geräte sowie Kombinationsgeräte aus EMS und Tens. Neben Bauchmuskulaturen sorgten besonders elektrische Durchblutungsstimulatoren, die Abhilfe gegen schmerzende und schwere Beine schaffen sollen, für einen 30-prozentigen Anstieg des Umsatzes der Kategorie.

Stylen statt schneiden: Erfolg bei den Haarstyling-Produkten

Haarschneidegeräte und elektrische Barttrimmer und -styler haben durch die Schließung der Friseursalons während der Pandemie stark profitiert. 2022 konnten sie dieses hohe Niveau allerdings nicht halten und entwickelten sich deutlich rückläufig.

Nach guter Performance während der Corona-Jahre brach im ersten Halbjahr 2022 auch bei Epilieren die Nachfrage deutlich ein und der Umsatz schrumpfte um 30 Prozent. Bei IPL-Haarentfernungsgeräten, die mit Lichtimpulsen arbeiten, hingegen sank der Umsatz um nur drei Prozent. Sie haben sich über die letzten Jahre zum bedeutendsten Segment der elektrischen Haarentfernung für Frauen entwickelt.

Weitere Gewinner sind Kombinationsgeräte (Rasieren + Trimmen) mit wechselbaren Klingen. Die noch junge Kategorie wird stark nachgefragt und konnte ihren Umsatz im ersten Halbjahr dieses Jahres um fast 30 Prozent steigern.

Nachdem das Thema Styling während der Pandemie aufgrund des ausgebliebenen gesellschaftlichen Lebens, der sich veränderten Arbeitswelt im Home Office bzw. fehlender Freizeitaktivitäten nur eine geringe Rolle gespielt hat, erleben Haarstyling-Geräte mit einem Umsatzplus von 18 Prozent nun ein deutliches Comeback. Besonders Warmluft-Styler, die mehrere Funktionalitäten vereinen, haben wieder an Relevanz gewonnen.

Konsumenten investieren verstärkt in das eigene Wohlbefinden

Während der Corona-Pandemie haben Konsumenten durch die Einschränkung von Freizeitaktivitäten ihr Budget verlagert und mehr in Produkte für ihr körperliches und seelisches Wohlbefinden zu Hause investiert. Aber auch nach der Pandemie bleibt dies ein wichtiges Thema für die Deutschen. Sie sind weiterhin bereit, höhere Preise für qualitativ hochwertige Geräte zu bezahlen, die ihr Wohlbefinden steigern.

Dadurch zeigt sich über die verschiedenen Kategorien hinweg allgemein ein Trend zu Premiumgeräten in den Bereichen Gesundheit, Wellness und Beauty.



Annette Pfänder-Coleman
apc@ce-markt.de
0 91 06 - 727

Editorial

IFA-Topthema: Nachhaltigkeit

Ein großes Lob an alle Hausgeräte-Hersteller und ihre Entwicklungsabteilungen. Es ist fantastisch mitzuerleben, wie neue Ideen umgesetzt und intelligente Technologien eingesetzt werden, um unsere Hausgeräte effizienter, stromsparender und damit umweltfreundlicher zu bauen. Und da wird in Zukunft noch sehr viel mehr passieren.

Stichwort Kreislaufwirtschaft: Bestehende Materialien und Produkte so lange wie möglich teilen, wiederverwenden, reparieren, aufarbeiten und recyceln, um den Lebenszyklus der Produkte sowie deren Wertschöpfungskette zu verlängern. Und bereits bei der Produktion an später denken: Weniger Verbundstoffe einsetzen, damit das Material ohne großen Aufwand recycelt werden kann.

So setzt **Liebherr Hausgeräte** beispielsweise in zukünftigen Gefrier- und später auch in Kühlgeräten für seine Isolierpaneele auf den Rohstoff »Perlit« – ein für diesen Bereich völlig neues Dämm-Material. Vakuumiertes Perlit sorgt für dünne Isolierwände, so dass Geräte mit gleichen Außenmaßen bis zu 25 Prozent mehr Volumen ermöglichen. Das erste Gefriergerät dieser Klasse wird als weltweit erstes seiner Art die Effizienzklasse B erreichen.

Auf der IFA 2022 gab es schon einmal einen Vorgeschmack auf das, was ein Industriezweig zu leisten vermag, wenn es darum geht, gemeinsam »an einem Strang zu ziehen«, um den Planeten zu entlasten. Jeder kleine Schritt wird dazu beitragen, die Stromkosten im Haushalt zu reduzieren, ohne dass der Konsument an Komfort einbüßen muss.

Als zum 1. März 2021 das neue Energie-label für die am meisten genutzten Hausgeräte vorgestellt wurde, ging die EU-Kommission davon aus, dass das Label für die kommenden Jahre ausreichend wäre, um das Produktangebot zu differenzieren. Tatsächlich sieht es nun eineinhalb Jahre später so aus, dass manche Premiumhersteller bei einigen Geräten schon wieder

die beste Energieeffizienzklasse A ausgezeichnet haben und mit Zusätzen wie »A minus 10 Prozent« oder »20 Prozent besser als Energieeffizienz A« werben.

Für den Umweltschutz machen sich auch die Marken AEG und Grundig stark. Sie bringen die ersten Waschmaschinen auf den Markt, die mit einem sogenannten Mikrofilter ausgestattet sind, der Mikroplastik aus dem Waschwasser filtert, denn Mikroplastik wird für Umwelt und Mensch zunehmend zur Belastung.

Das Thema Nachhaltigkeit wird nicht erst seit gestern diskutiert, aber die auf uns zurollende Energiekrise stärkt das Bewusstsein der Verbraucher, wenn es darum geht, langfristig Stromfresser aus unseren Häusern und Wohnungen zu verbannen.

Genau dieser Frage »Wie können Unternehmen ihren Wachstumskurs beibehalten, ohne der Umwelt zu schaden?« war das IFA-Keynote-Thema von Argelik-Geschäftsführer **Hakan Bulgurlu** in Berlin. Er ist überzeugt, dass im Kampf gegen den Klimawandel ein Wendepunkt erreicht ist und die Hersteller Ressourcen und technisches Know-how nutzen müssen, um eine neue Generation von Geräten zu entwickeln, die den ökologischen Erwartungen unserer Verbraucher entsprechen.

Bulgurlu weiter: »Die grüne industrielle Revolution ist eine Chance für unser Unternehmen und die gesamte Industrie, dringende Klimaschutzmaßnahmen zu ergreifen, und zwar in der Art und Weise, wie wir unsere Geschäfte organisieren, wie wir unsere Produkte herstellen und wie wir unsere Rolle in der Gesellschaft als globale Organisation sehen.«

Diese Informationen und die Begeisterung dafür gilt es jetzt am Point of Sale den Kunden zu vermitteln. Ich wünsche Ihnen dabei viel Erfolg im wichtigen Jahresendgeschäft.

Ihre Annette Pfänder-Coleman
Chefredakteurin **CE-Markt electro**

Energieeffizienz im Messefokus

Die Energiepreise steigen und steigen, und spätestens seit regelmäßig davor gewarnt wird, dass es im Winter bei Gas, Öl, aber auch Strom zu Engpässen kommen könnte, interessieren sich auch Menschen fürs Energiesparen, die sich bislang wenig Gedanken über ihren Energieverbrauch oder alternative Möglichkeiten zur Energiegewinnung gemacht haben. Energieeffizienz war daher auch ein, wenn nicht sogar »das« große Thema der diesjährigen IFA, die nach dreijähriger Pause erstmals wieder in Präsenz stattfand und mit einer erfreulich positiven Bilanz schloss.

Auch der Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH) war wieder auf der Tech-Messe in Berlin vertreten – gemeinsam mit den Partnerverbänden ZVEI und VDE. Am Gemeinschaftsstand der drei Organisationen, der dieses Jahr in Halle 20 und damit direkt an den nördlichen Eingang der Messe umgezogen war, erfreute sich vor allem das E-Haus der E-Handwerke, seit Jahren Bestandteil des Verbändeauftritts, wieder großer Beliebtheit.



Hat auf der IFA Tradition
Gemeinschaftsstand von ZVEI, ZVEH und VDE

»Die IFA hat deutlich gezeigt: Das Messengeschäft läuft wieder an. Für die elektrohandwerkliche Organisation war diese Messe daher ein großer Erfolg. Optimistisch stimmt uns zudem, dass unser E-Haus ein solch starkes Interesse seitens der Besucher- und Medienvertreter/-innen verbuchen konnte«, informiert **Alexander Neuhäuser**, stellvertretender ZVEH-Hauptgeschäftsführer. »Die gegenwärtige weltpolitische Situation, aber auch das Tempo, das unsere Regierung in Sachen Energiewende vorlegt, spielen uns dabei in die Karten. Auf Messen wie der IFA können wir dann zeigen: Die E-Handwerke verfügen über das Know-how und die Lösungen, um Deutschland erfolgreich durch die Energiewende zu begleiten.«



Severin präsentiert Filka – den Vollautomaten für Filterkaffee

Filterkaffee kommt nicht aus der Mode. 49 Prozent der Deutschen können nicht auf diesen Genuss verzichten. Deshalb stellt **Severin** die neue Filka vor ...



Umweltfreundlich reinigen mit AEG Ultimate 8000 Öko

AEG zeigt mit seinem neuen Akku-Staubsauger, dass umweltbewusste Qualität und Performance Hand in Hand gehen können ...



Nelson Müller ist neuer Markenbotschafter von Tefal

Er ist Sternekoch, TV-Koch, Buchautor – und jetzt auch Repräsentant für die Marke **Tefal**. Nelson Müller spricht über die neue Kooperation ...

INHALT Ausgabe 10 | 2022

GfK Trend zum Home Spa geht weiter	2	Kaffeemarkt Beem • Rommelsbacher • Sage • WMF	12
Editorial IFA-Thema Nummer eins: Nachhaltigkeit	3	Severin Filka ist der neue Vollautomat für Filterkaffee	13
Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe • Impressum	4	Kaffeemarkt Caso Aroma Sense • Siemens • De'Longhi	14
EK zündet den Turbo für das Jahresendgeschäft	5	AEG Neue Wäschepflegelinie	15
News Aktuelles aus der Branche • Ambiente 2023	6	Haier Intuitive, intelligente und vernetzte Hausgeräte	16
Kooperationen EP • Euronics • Expert	7	Miele Nachhaltigkeit im Zentrum • Liebherr BluRoX	17
Küchenherbst Miele • Neff • Gorenje • Haier • V-Zug	8	Grundig Nachhaltigkeit ist wesentlicher Kauffaktor • Beko	18
IFA Comeback in 2022 ist vollends gelungen	9	Bosch #LikeABosch • Siemens Kühler mit Sprachsteuerung	19
Jura Erfolgreicher Messeauftritt • Miele und VW ID.Buzz	10	AEG Weinklimaschrank • Severin Weinkühler • SVS/Solis	20

Titelthema

Kaffeevollautomat Jura J8 bietet Kaffeespezialitäten mit gesüßtem Milchschaum

»Sweet Foam« und »Coffee Eye« sind die neuesten Highlights bei der Schweizer Jura. | Seite 11



 Besuchen Sie uns auf Xing

Impressum



DAS BUSINESS-MAGAZIN DER ELEKTRO-HAUSGERÄTE-BRANCHE

Eigenständiges Heft-im-Heft in **CE-Markt**, dem Handelsblatt der gesamten CE-Branche

VERLAG: B&B Publishing GmbH
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
Telefon 0 82 33 - 41 17
E-Mail verlag@ce-markt.de

Geschäftsführer: Rainer Simon

REDAKTION:
Annette Pfänder-Coleman (Chefredakteurin)
Jan Uebe
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)

ANZEIGENBÜRO:
Alexander Zöhler
Telefon 0 91 22 - 790 24 70
Fax 0 91 22 - 790 24 72
Mobil 01 70 - 413 45 47
E-Mail alexander.zoehler@ce-markt.de

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**
Druckauflage 12.200 • tatsächlich verbreitet 11.909
(IVW-Auflagenmeldung 2. Quartal 2022)

REDAKTIONSBURO:
Annette Pfänder-Coleman
Telefon 0 91 06 - 727
Fax 0 91 06 - 92 55 62
Mobil 01 73 - 979 85 63
E-Mail apc@ce-markt.de

GENDER-HINWEIS:
Zur besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet, außer in Zitaten.

NEWSLETTER

Sie wollen stets über die aktuellen Themen in der Branche Bescheid wissen? Dann abonnieren Sie den kostenlosen Newsletter von **CE-Markt electro**, der Sie regelmäßig über Produkte, Technologien und Trends informiert. Zur Anmeldung nutzen Sie bitte den QR-Code oder direkt unsere Website ce-electro.de





Erfolgreiche Herbstmesse

EK zündet den Turbo für das Jahresendgeschäft

Die **EK Servicegroup** zählte auf ihrer Herbstmesse **EK LIVE** vom 14. bis 16. September 2022 gut 3.000 Fachbesucher aus Deutschland, den Niederlanden, Österreich, Schweiz und Frankreich. Die meisten davon vor Ort im EK Messezentrum – einige hundert auf der Online-Plattform der hybriden Herbstmesse.

Sowohl die Mehrbranchenverbundgruppe wie auch die 250 ausstellenden Industriepartner und Dienstleister brachten sämtliche Leistungen auf die Ausstellungsfläche, die der europäische Einzelhandel in problematischen Zeiten braucht.

Zu den Zutaten der dreitägigen Ordermesse zählten die neusten Sortimentstrends aus allen von EK vertretenen Branchen, die Weiterentwicklungen der EK Shopkonzepte, zielgruppengenaue Marketingleistungen auf allen Kanälen und nicht zuletzt die überzeugenden Messekonditionen. Für die Elektro-Fachhändler von Electroplus Küchenplus hatte EK außerdem die Neuheiten der IFA aus Berlin mitgebracht.

Wie die gedämpfte Kauflust der Kunden in den kommenden Wochen wieder angekurbelt werden soll, wurde dabei in den neu gestalteten Messehallen auf 32.000 Quadratmeter gekonnt in Szene gesetzt: Impulsgeber sind hier zum Beispiel die Saisonkampagne »Endlich wieder ... Weihnachten« der branchenunabhängigen EK Initiative »Starker Fachhandel«, das Megathema

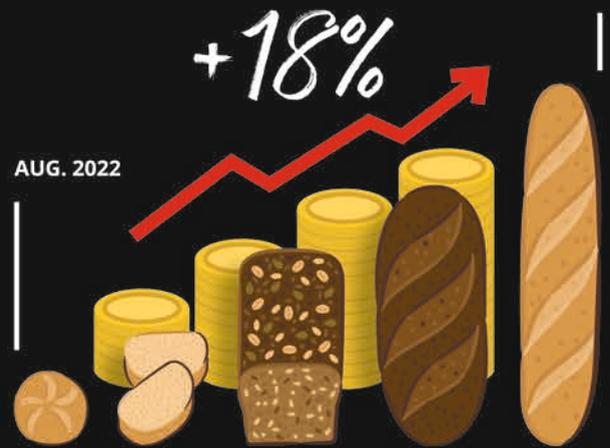
Nachhaltigkeit, das unter anderem mit der Pop-up-Fläche »GreenChange« im Fashion-Bereich Gestalt annimmt, oder das EK Großhandelssortiment mit der Sonderfläche »Top-Artikel zu Top-Preisen«.

Auf breites Interesse bei allen Händlern stießen die digitalen Services der EK, die den Fachhandel über alle Kanäle hinweg auf den neuesten Wettbewerbsstand bringen. Im Dienstleistungsbereich holten sich die Messegäste kompetente Informationen über brandaktuelle Themen wie Cyberschutz und Energieeffizienz. Genügend Gesprächsstoff also für die Besucher und Aussteller, die sich durch den Wegfall der Maskenpflicht wieder deutlich entspannter begegneten als in der Vergangenheit.

»Die aktuellen Herausforderungen für den Handel sind riesig und wir setzen auch mit Blick auf das Weihnachtsgeschäft alles daran, dass der serviceorientierte Konsument im Fachhandel bleibt«, so Chief Retail Officer (CRO) **Jochen Pohle**, der als Vorstandsmitglied auch für das Geschäftsfeld EK Home verantwortlich ist, direkt nach Messeschluss.

UNOLD®

SEPT. 2022



Entwicklung des Brotpreises im EU-Durchschnitt
(Quelle: Focus)

Beispiel

500 g Sonnenblumenkern-Brot

UNOLD Backmeister®

Handel

1,58 €¹

VS

3,60 €²

¹ Durchschnittskosten Wareneinsatz und Energie

² Durchschnittspreis (Stand: September 2022)

Nach nur **75 Broten** hat sich der Durchschnittspreis eines UNOLD Backmeisters® amortisiert.

Ein Zwei-Personen-Haushalt verbraucht pro Jahr rund 84 Brote á 500 g (Quelle: Deutsches Brotinstitut e.V.).

UND DAS BESTE:

Du weißt immer, was drin ist!



www.unold.de

Ambiente geht 2023 in neuer Konstellation an den Start

Die weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen, der beschleunigte gesellschaftliche Wertewandel und die fortschreitende Digitalisierung erfordern neue Lösungen und innovative Herangehensweisen für die globale Konsumgüterbranche.

Daher geht die Messe Frankfurt mit neuen Wegen und kreativen Ansätzen offensiv in die Zukunft. Im Februar 2023 wird Netzwerken, Inspiration und Ordern auf den drei internationalen Konsumgüter-Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld noch effizienter, intensiver und smarter. 4.700 Aussteller haben ihre Beteiligung angekündigt und sorgen gemeinsam für die weltweit größte Messe-Plattform ihrer Art.

Angesichts der großen Herausforderungen bei Themen wie Lieferketten und Ressourcenknappheit, steigender Inflation und Energiekosten sowie sinkender Konsumlaune ist es umso wichtiger, sich real zu begegnen und im Dialog zu bleiben. Denn die Konsumgüterbranche sucht zukunftssträchtige Lösungsansätze und neue Formen der Zusammenarbeit. Dafür bringt die Messe Frankfurt die Keyplayer der Branche in Frankfurt zusammen.

»Die Eröffnung neuer Perspektiven und Chancen ist dabei unser größtes Anliegen in unserer Rolle als aktiver Wirtschaftsförderer und verlässlicher Partner der globalen Konsumgüterbranche. Wir haben verstanden, dass wir unsere Messeformate radikal neu denken und verändern müssen. Deshalb sorgen wir für ein neues, physisches Messeerlebnis, mit drei Leitmessen zu einem Zeitpunkt, bei dem wir alle zentralen Metathemen und Trends abbilden, die Hersteller und Handel gezielt nach vorne bringen«, sagt **Julia Uherek**, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs. Zusätzlich wird das physische Messeerlebnis durch smarte digitale Services ergänzt, nicht nur parallel zu den physischen Veranstaltungen, sondern auch darüber hinaus.

Die drei internationalen Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld finden vom 3./4. bis 7. Februar 2023 parallel auf dem Frankfurter Messegelände statt und präsentieren dem Handel zu einem Termin im Jahr die gesamte Konsumgüterwelt.

Bauknecht

Der bisherige Head of Marketing Northern Europe und Head of Sales & Marketing DACH – **Till Bickelmann** – wurde zum Senior Director befördert und übernahm am 1. September 2022 die Geschäftsführung für Deutschland und Österreich. In seiner Funktion berichtet er direkt an **Jens-Christoph Bidlingmaier**, VP Northern Europe Cluster.



Till Bickelmann



J.-Ch. Bidlingmaier

EK Servicegroup

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Internationalisierung wird der Aufsichtsrat der EK Gruppe zum 1. Oktober 2022 durch ein fünftes Mitglied verstärkt. Die Vertreterversammlung des europaweit tätigen Mehrbranchenverbundes hat den Niederländer **Peter Dirks** am 13. September 2022 in den Aufsichtsrat gewählt.



Aktueller EK Aufsichtsrat

Paul van Tilburg, Johannes Lenzschau, Hannes Versloot, Wolfgang Neuhoff, Peter Dirks (v.l.n.r.)

Gorenje

Gorenje und die Machineseecker EHF Champions League setzen ihre langjährige Zusammenarbeit fort. Mit der Unterzeichnung eines dreijährigen Sponsoring-Vertrags verlängert Gorenje das Engagement in der höchsten europäischen Handball-Spielklasse und wird neuer Premium-Partner. Bereits seit fünf erfolgreichen Spielzeiten ist die zur **Hisense Group** gehörende Marke Gorenje dem Premiumwettbewerb des europäischen Klubhandballs vertraut und verbunden. Seit dem Einstieg als Regional Partner 2017 spielt Gorenje in allen Bereichen des Wettbewerbs eine aktive Sponsoren-Rolle. Mit dem neuen Vertrag baut die Hausgerätemarke ihr europaweites Engagement als Premium-Partner der Machineseecker EHF Champions League bis zum Ende der Saison 2024/25 weiter aus.



Miele

Ein Meilenstein für das Miele-Werk in Bielefeld: Mitte des Jahres lief hier der zehnmillionste Complete C3 vom Band. Die Erfolgsgeschichte des Miele-Staubsaugers begann im Jahr 2012, damals noch unter der Modellbezeichnung S8. Bis heute verkauft sich der Bodenstaubsauger mit Beutel in einer unverändert hohen Qualität auf der gesamten Welt. Seit 1927 entwickelt und produziert Miele im Werk Bielefeld Staubsauger. Derzeit werden täglich in zwei Schichten mehr als 9.500 Geräte, wie die Staubsauger mit Beutel Complete C3 und Classic C1, der Staubsauger ohne Beutel Blizzard CX1 und die Akku-Handstaubsauger Triflex HX2 und Triflex HX1 Facelift gebaut.

Media Markt

Am 1. September 2022 hat Media Markt mit dem »Tech Village Berlin« am Alexanderplatz seinen ersten »Lighthouse«-Markt in Deutschland eröffnet. Die riesige Technik-Erlebniswelt umfasst rund 8.000 Quadratmeter, verteilt auf vier Etagen, und bietet 30 Marken-Boutiquen, sechs Experience-Flächen, einen Service-Bereich und die Kaffeebar »Barista Club«, die zum Relaxen einlädt. Das Besondere am Store-Format »Lighthouse«: Auf einer großen Fläche mit hochwertig designten Markenflächen und Live-Vorführungen können Kunden die Produkte anfassen und ausprobieren sowie Beratung und Service in Anspruch nehmen.

Beem

Die Marke Beem bringt jetzt ihre in Deutschland beliebten Kaffee- und Teekoher auch in Großbritannien auf den Markt. Das Vereinigte Königreich ist schon länger für seine Tee-Freunde bekannt. 63 Prozent der Bewohner Großbritanniens geben an, Tee regelmäßig zu trinken. Dieselbe Zahl wurde nun auch für Kaffee erreicht. »Die Ausweitung auf das europäische Ausland ist sehr wichtig für Beem und sichert der Marke entscheidende Skalierungseffekte. Wir freuen uns, so die besten Preise für unsere B2B Händler und Kund*innen gewährleisten zu können«, informiert Beem-Geschäftsführer **Ralf Simon**. Aber damit noch nicht genug: Beem will international weiter expandieren. Als nächstes sollen weitere Länder aus dem europäischen Ausland folgen.



Ralf Simon



Der aktuelle Euronics Aufsichtsrat

Martin Zilligers, Christoph Lux, Marlene Raddei, Frank Schipper, Sabine Bauer, Torsten Roters und Dirk Wittmer (v.l.n.r.)

Euronics

Neuer Aufsichtsrat auf der IFA 2022 in Berlin gewählt

Am IFA-Sonntag hat die Euronics Deutschland eG ihre diesjährige Generalversammlung in Berlin abgehalten und turnusmäßig den neuen Aufsichtsrat gewählt. **Marlene Raddei**, geschäftsführende Gesellschafterin von Euronics XXL Naumburg wurde neu in den Aufsichtsrat berufen. Sie führt einen Fachmarkt mit 19 Mitarbeitern in Sachsen-Anhalt, ist seit 13 Jahren Teil der Verbundgruppe und bringt durch ihre mehrjährige Tätigkeit als Erfahrungsprecherin reichlich Expertise mit in ihr neues Amt.

Sabine Bauer, Inhaberin von media@home Bauer in Bietigheim-Bissingen wurde als Aufsichtsratsmitglied im Amt bestätigt. Beide werden somit in den nächsten drei Jahren dem Gremium angehören.

Die weitere Besetzung des siebenköpfigen Teams bleibt unverändert: **Dirk Wittmer** steht dem Aufsichtsrat als Vorsitzender vor, **Frank Schipper** ist weiterhin stellvertretender Vorsitzender des Gremiums, zu dem auch **Torsten Roters**, **Martin Zilligers** und **Christoph Lux** gehören.

Electronic Partner

Künftige Zusammenarbeit mit der MHK Gruppe

Um den attraktiven und serviceorientierten Geschäftsbereich »Küche« zu erschließen, ist die Verbundgruppe Electronic Partner eine Partnerschaft mit der MHK Group eingegangen. »Die EP: Mitglieder und Medimax Franchisepartner haben heute bereits eine große Auswahl an hochwertigen Elektrogeräten aller bekannten Marken in ihren Sortimenten – von Backöfen und Kochfeldern über Kühlschränke und Spülmaschinen bis hin zu Abzugshauben. Ab sofort können sie ihren Kunden vollständige Lösungen aus einer Hand anbieten und so den aktuellen Trend im Wachstumfeld Küche optimal nutzen«, erklärt **Friedrich Sobol**, Vorstand Electronic Partner.

Expert

Vier Auszubildende erzielten hervorragende Ergebnisse

Drei Auszubildende und eine Duale Studentin aus der Expert-Unternehmenszentrale wurden aufgrund ihrer hervorragenden IHK-Abschlussprüfungen geehrt. Die vier Nachwuchskräfte haben im Juni bzw. August ihre Ausbildung zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel und E-Commerce und zur Fachkraft für Lagerlogistik sowie ihr Duales Studium Business Administration erfolgreich absolviert und durchweg mit sehr guten Ergebnissen bestanden. Zu diesem Erfolg gratuliert der Vorstand von Expert den Absolventen recht herzlich und bedankt sich mit einem Präsent für das große Engagement.

Für das Ausbildungsjahr 2023 läuft aktuell die Bewerbungsfrist. Interessierte Bewerber können sich im Expert-Karriereportal über die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten bei Expert informieren und direkt online bewerben.



Expert feiert seine Auszubildenden

Tjerk Nolte (Ausbildungsleiter Expert Warenvertrieb GmbH), Jonas Panitz (Kaufmann im E-Commerce), Gerd-Christian Hesse (Vorstand für Finanzen, Personal und Versicherung Expert SE), Vera Wächter (Duale Studentin Business Administration B.A. in der Vertiefung Handel und Dienstleistungen), Jannik Baum (Kaufmann für Groß- und Außenhandel) und Dr. Stefan Müller (Vorstandsvorsitzender Expert SE)

In der Zusammenarbeit der beiden Unternehmen sind die Aufgabenfelder klar definiert: Die MHK Group kümmert sich um alle Produkte »ohne Stecker« und Electronic Partner um die Elektrogeräte. Die Mitglieder erhalten schon zum Start ein breites Angebot an Leistungen von der Potenzialanalyse, der Umsatzplanung über die Unterstützung bei der Aufnahme des Küchensortimentes bis hin zur Planung der entsprechenden Abteilung im Geschäft.

Das Team der MHK Gruppe betreut, berät und schult die EP: Fachhändler und Medimax Franchisepartner zum Thema Küche, damit sie ihre Kunden vor Ort ausführlich zu allen Aspekten der Planung beraten können. Die Aufstellung und Montage der Küchen können die Verbundgruppen-Mitglieder ebenfalls bei MHK beauftragen.

Eine Zukunft ohne Öko-Angst.

Nachhaltigkeit beginnt zuhause: Geben Sie Ihr Bestes, und wir geben unseres.

Mehr erfahren Sie unter:
grundig.de/oekoangst

GRUNDIG

Alles beginnt zuhause



www.grundig.de

Küchenherbst mit guter Stimmung

Im September war Ostwestfalen eine Woche lang wieder der Hotspot der Küchenindustrie. Entlang der Autobahn A30 öffneten die Hersteller ihre Pforten und zeigten aktuelle Küchentrends. Zeitgleich präsentierte die Industrie neue Elektrohausgeräte.

Wenn die Küche immer mehr zum Wohnraum wird, müssen sich auch die Hausgeräte perfekt in individuelle Küchenlandschaften einfügen. Neue Lösungen zeigte **Miele** auf **Gut Böckel**, denn bei den neuen Geschirrspülern mit Front Fit ist dies unabhängig von der Einbausituation möglich. Die werkseitige Lösung ist ab sofort für ausgewählte Modelle der G 7000 Geschirrspüler-Serie verfügbar. Darüber hinaus wird die Auswahl des Geschirrspülers durch ein neues digitales Miele-Planungstool unterstützt.

Unter Berücksichtigung der jeweiligen Nischenhöhe sowie weiterer Angaben zu Korpushöhe, Sockelhöhe und Frontplattenstärke, informiert das Tool zum Beispiel darüber, ob eine Front Fit-Lösung für die Küchenplanung möglich ist und welches Spaltmaß bei einem Standard- oder XXL-Spüler erzielt werden kann.

Die Küchenmeile A30 stand bei **Neff** in diesem Jahr unter dem Motto »Offenheit«. Im »house4kitchen« in Löhne öffnete die Marke erneut ihre Showroom-Türen und widmet sich im Speziellen dem 20. Jubiläum des Slide&Hide Backofens – einer Innovation, die bis heute maßgeblich den Kern des Unternehmens prägt. Zudem kündigte Neff-Geschäftsführer **Marco Tümmeler** für das kommende Jahr eine völlige Neuzinszenierung an. »Wir arbeiten aktuell an der wohl größten Veränderung der Marke und einem komplett überarbeiteten Geräteangebot.«

Erstmals war **Gorenje** in diesem Jahr im Rahmen der A30 Küchenmeile auf **Gut Böckel** vertreten und präsentierte ein speziell auf den Küchenfachhandel zugeschnittenes Produktportfolio, bestehend aus leistungsstarken Einbaugeräten mit innovativen Features und hochwertigem Design. Die Multifunktions-Backöfen der Black Line waren das Highlight. Zudem wurde die vernetzte Gerätelinie unter dem Titel Connect Life vorgestellt.

Connect Life steht für smarte Technologie und smartes Wohnen. Gorenje stellt dabei weniger die Geräte in den Mittelpunkt, sondern vielmehr die Nutzer, deren tägliches Leben sich durch die Connect Life Benutzerplattform erleichtert.

Status-Benachrichtigungen, wenn der Ofen vorgeheizt oder der Spülgang beendet ist, landen direkt auf dem Smartphone. Einstellungen für sparsame Nutzung können vorgenommen werden und auch die bequeme Sprachsteuerung ist über Connect Life spielend einfach mög-

lich. Schnellerer Zugriff zu Serviceleistungen, FAQs und Benutzerhandbüchern runden das Angebot der Connect Life App ab.

Für staunende Gesichter sorgte **Haier** bei seinem Auftritt auf der **area30**, denn kein anderes Unternehmen hat sich so konsequent dem Thema Smart Kitchen verschrieben. Dieses Engagement führte dazu, dass Haier die weltweit erste Ökosystemmarke – also miteinander vernetzte und smarte Geräte – geschaffen hat. Damit sorgen die Haier Hausgeräte für intuitive Kocherleichterungen sowie herausragende Frischeerlebnisse und erfüllen gleichzeitig höchste Designansprüche.

Die Backöfen der Chef@Home Serie 6 überzeugen mit einer Reihe an intelligenten Features. Die Backöfen sind über einen großzügigen Touchscreen zu bedienen, der sich auf der Tür befindet. Alternativ kann der Ofen auch über die hOn App gesteuert werden. Mit ihr lässt sich der Garprozess jederzeit von jedem Ort aus regulieren. Während der Braten also im Ofen schmort, kann bedenkenlos der Tisch für die Gäste gerichtet werden.

Zusätzlich verfügen die Backöfen über eine Kamera, die mithilfe von künstlicher Intelligenz die Lebensmittel, die zubereitet werden sollen, erkennt und so dafür sorgt, dass automatisch der besten Garvorgang ausgewählt wird. Die Temperatur im Inneren der Speisen wird von dem eingebauten Temperaturfühler Preci Probe kontrolliert, damit immer das beste Garergebnis erreicht wird.

Auch in diesem Jahr zeigte der Schweizer Hersteller **V-Zug** in der **Architekturwerkstatt Löhne** seine Premiumprodukte. Im Fokus stand die Präsentation einiger neuer Geräte-Highlights, die bereits die im letzten Jahr eingeführte Excellence Line weiter ergänzen. Als Kern-Bedienelement steht auch bei diesen Neuheiten der Circle Slider mit seinem minimalistischen Design und der intuitiven Bedienbarkeit im Vordergrund.

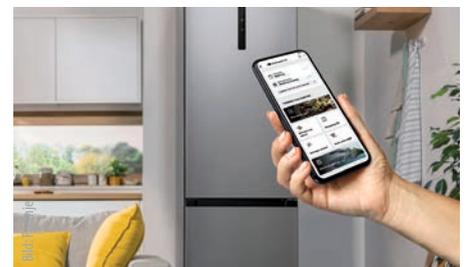
Mit einer Breite von 90 Zentimeter ist der Combi Steamer V6000 45L Grand ideal für Kreationen, die viel Platz benötigen oder um mehrere Gerichte gleichzeitig zuzubereiten. Mit dem neuen 3-in-1-Kombigerät Combi Steamer V6000 45M Power Steam und seinen drei Betriebsarten Heißluft, Dampf und Mikrowelle ist dämpfen und backen in Rekordzeit kein Problem, denn dieses Multitalent von V-Zug ist aktuell der schnellste Kombi-Steamer auf dem Markt.



Miele Wer auf ein modernes, minimalistisches Küchendesign setzt, sucht Geräte, die sich harmonisch in das Gesamtbild einfügen.



Neff 20 Jahre Slide&Hide sind der Anlass neuer kreativer Kampagnenmotive, die unter dem Motto »Offenheit« an den Start gehen.



Gorenje Mit der Connect Life App werden die Hausgeräte ein- und ausgeschaltet und überwacht – auch wenn man nicht zuhause ist.



Haier Mit smarten Produkten und künstlicher Intelligenz bereicherte Haier auf der area30 die Küche der Zukunft.



V-Zug Der Combi Steamer V6000 45L Grand ist ideal für Kreationen, die viel Platz benötigen oder um mehrere Gerichte gleichzeitig zuzubereiten.



Messe-Opening in Berlin

Die beiden IFA-Leiter Kai Mangelberger und David Ruetz, Dr. Sara Warneke, gfu-Geschäftsführerin sowie Martin Ecknig, CEO der Messe Berlin GmbH (v.l.n.r.)

Erfolgreicher Restart unserer Leitmesse

Comeback der IFA ist gelungen

Nach der Corona-Zwangspause vermeldeten die Veranstalter 161.000 IFA-Besucher und mehr als 80 Prozent der Ausstellungsfläche auf dem Gelände der Messe Berlin waren belegt. Die Aussteller nutzten die Gelegenheit, endlich wieder mit Händlern, Medien und den Endkonsumenten in Kontakt zu treten.

Trotz globaler Herausforderungen wie anhaltender Lieferkettenunterbrechungen und Inflationsdruck verzeichneten die Aussteller der IFA 2022 ein enormes Auftragsvolumen.

»Die IFA hat sich nach der pandemiebedingten Pause mit den bedeutendsten Trends für Produkte und Lösungen in den Bereichen Consumer Electronics und Home Appliances sowie angrenzender Branchen, besonders im Themenfeld Nachhaltigkeit, eindrucksvoll zurückgemeldet. Sie war erneut der bewährte Treffpunkt für Industrie und Handel, Fachbesucher*innen und Medien sowie natürlich die Konsument*innen«, informiert **Dr. Sara Warneke**, Geschäftsführerin der gfu.

Martin Ecknig, der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe Berlin, sagt: »Es ist fantastisch, dass unsere Hallen wieder einmal voll waren. Ich habe ein sehr positives Feedback von allen globalen Marken und Händlern erhalten, mit denen ich gesprochen habe, und ich freue mich besonders, dass wir eine so große Zahl von Insidern und Fachbesuchern auf der IFA Berlin verzeichnen konnten. Wir sind auf dem besten Weg, dass die IFA in den nächsten Jahren wieder ihre volle Stärke erreicht.«



Berlins Regierende Bürgermeisterin **Franziska Giffey** (Bild) ist überzeugt: »Die Leitmesse mit ihren smarten Innovationen und energieeffizienten Technologien ist ein Motor für die Wirtschaft und die Märkte weltweit. Sie ist eines der Aushängeschilder Berlins, nicht nur als Messe und Kongress, sondern auch als führende europäische Drehscheibe für Innovation und Technologie. Die IFA 2022 ist eine Art Leuchtturm, nicht zuletzt, weil sie nach zwei schwierigen Jahren für einen Aufschwung steht.«

Nachhaltigkeit im Fokus

Neben der intelligenten Vernetzung von Geräten und Smart-Home-Lösungen war Nachhaltigkeit eines der großen Themen auf der diesjährigen IFA in Berlin. Dies spiegelte sich sowohl auf den IFA Keynotes wie auch auf dem IFA+ Summit wider.

Einen leidenschaftlichen Appell an die Consumer und Home Electronics-Branche, zusammenzuarbeiten und ihren Teil zur Eindämmung des Klimawandels und zur Reduzierung der Umweltverschmutzung beizutragen, richtete **Hakan Bulgurlu** als Chief Executive Officer von Arçelik – der Muttergesellschaft von Beko und Grundig.



Hakan Bulgurlu referierte über seine lebensverändernde Erfahrung nach einer Expedition zum Mount Everest, welche Lehren er daraus zieht und wie er seine Position als Geschäftsführer eines weltweit agierenden Hausgeräteherstellers nutzt, um die Welt nachhaltiger zu gestalten und damit besser und lebenswerter zu machen.

Ein hochkarätiges Line-Up mit Experten aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft diskutierte am Messesamstag auf dem **IFA+ Summit** Perspektiven der Globalisierung und Trends hin zu einer Deglobalisierung. Weitgehende Übereinstimmung herrschte darüber, dass eine Welt ohne globale Wirtschafts- und Handelsbeziehungen nicht funktionieren würde, ohne dass überall auf der Welt drastische Rückschritte bei Wohlstand und Lebensqualität entstehen würden.

Gleichzeitig wurde deutlich, dass die globalen Klimaherausforderungen eine veränderte Globalisierung erfordern – einen globalen Handel, bei dem Nachhaltigkeit im Fokus steht.

Das sehen nicht nur die Experten so, sondern auch die Konsumenten, die im Rahmen einer weltweit durchgeführten Studie befragt wurden, deren Ergebnisse ebenfalls auf dem IFA+ Summit vorgestellt wurden: Nachhaltigkeitsgesichtspunkte haben bei Einkaufsentscheidungen auch im Bereich der Consumer- und Home Electronics eine wachsende Bedeutung.

Miele setzt den VW ID. Buzz im Kundenservice ein

Der Gütersloher Hausgerätekonzern Miele ist eines der ersten Unternehmen, das den neuen ID. Buzz Cargo von Volkswagen Nutzfahrzeuge im Kundenservice einsetzt.

Fünf vollelektrische Fahrzeuge kommen direkt zum Marktstart in Deutschland, Österreich, Großbritannien, Norwegen sowie Spanien zum Einsatz und wurden an die individuellen Anforderungen des Kundenservices von Miele angepasst.

Die Inbetriebnahme zusätzlicher Fahrzeuge ist für 2023 geplant. Dies ist ein weiterer Schritt, den weltweiten Fuhrpark der Miele Gruppe sukzessive auf erneuerbare Energien umzustellen, um bis 2030 mindestens 30 Prozent CO₂-Emissionen einzusparen.



Gemeinsam in eine neue Zukunft

Lars Krause, Vorstand für Vertrieb und Marketing bei Volkswagen Nutzfahrzeuge (links) und Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Marketing & Sales der Miele Gruppe (rechts), präsentierten auf der IAA Transportation den ersten von fünf ID. Buzz Cargo für die Miele Gruppe.

»Beide Unternehmen verbindet eine langjährige Partnerschaft, die bereits in den 1950er Jahren mit den ersten T1-Fahrzeugen begonnen hat«, sagt **Axel Kniehl**, Geschäftsführer Marketing & Sales der Miele Gruppe, auf der IAA Transportation in Hannover. »Wir freuen uns, diese Zusammenarbeit nun auch im Bereich der Elektromobilität fortzuführen.«

Mit dem ID. Buzz von Volkswagen verfügt Miele über ein vollelektrisches Fahrzeug, das insbesondere in Großstädten als Servicefahrzeug zum Einsatz kommen wird und bei den internationalen Vertriebsgesellschaften sehr gefragt ist. »Miele und Volkswagen – das ist die Zusammenarbeit von zwei starken Marken mit einer langen Tradition, die Produkte entwickeln, die das Leben ihrer Kundinnen und Kunden leichter machen und bereichern«, so Axel Kniehl weiter.



Horst Nikolaus
Geschäftsführer
Jura Elektrogeräte
Vertriebs-GmbH

Die neuen Geräte übertrafen sämtliche Erwartungen

»Diese IFA war etwas Besonderes«

Nach zwei Jahren Pause fand die IFA wieder live in Berlin statt und **Jura** war mit dem Messeverlauf mehr als zufrieden. Das Schweizer Traditionsunternehmen konzentrierte sich auf zwei Highlights: Mit der Giga 10 einen neuen Vollautomaten aus der Super-Premium-Klasse sowie das rundum gelungene neue Modell der J-Linie.

Die Giga 10 hat alles, was ein Vollautomat der Spitzenklasse braucht: Neben dem Cold Extraction Process für kalte Spezialitäten hat sie zwei Pumpen, zwei Bohnenbehälter und zwei Keramik-scheiben-Mahlwerke. Mit dieser Ausstattung spielt die Giga 10 klar in der Profi-Liga und bietet mit ihren 35 Kaffeespezialitäten die bisher umfangreichste Form des Premium-Genusses.

Die J8 als jüngstes Mitglied der erfolgreichen J-Linie besticht schon auf den ersten Blick durch ihr neu interpretiertes »Rundum-Design« – aber natürlich auch

durch die technischen Innovationen, die den Vollautomaten auszeichnen. Dazu gehört unter anderem die spezielle Sweet Foam-Funktion mit ihrem Sirup-Aufsatz für aromatisierte Spezialitäten, aber auch das langlebigere P.A.G.2+-Mahlwerk mit Aroma-Kontrolle, einer aktiven Mahlgradüberwachung sowie das »Coffee Eye«: ein intelligenter Tassensensor, der die Spezialitäten auf dem Display automatisch an die jeweilige Tassenposition anpasst.

Diese Neuheiten und die überzeugenden Fachhandelsaktivitäten von Jura und Jura Gastro machten den Messeauftritt zu einem der IFA-Hotspots, der das Publikum begeisterte und zum beliebten Treffpunkt wurde. »Nach den vergangenen zwei Jahren war zu erwarten, dass diese IFA etwas Besonderes wird – aber dieses Echo hat unsere Erwartungen übertroffen. Es war ein beeindruckendes Erlebnis für alle, die dabei sein konnten, und wir haben viele ausgesprochen positive Rückmeldungen bekommen. Der Austausch mit unseren Gästen – ob nun mit Fokus auf dem Haushaltssegment oder Professional-Bereich – war von großem Erfolg gekrönt und wir freuen uns sehr über das rege Interesse an unseren Neuheiten und Aktivitäten«, so die Bilanz von **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH.



Jura Giga 10
Premium-Vollautomat mit zwei Mahlwerken.

JURA Innovationen auf der IFA 2022

Das Neueste auf dem Kaffeemarkt: »Sweet Foam« und »Coffee Eye«



Cappuccino mit einem Hauch von Noisette oder Latte Macchiato mit feinem Vanille-Aroma? Geschmäcker sind so unterschiedlich wie die Menschen selbst. **JURA** hat auf der IFA 2022 mit dem Modell J8 einen Kaffeevollautomaten vorgestellt, der täglichen Genuss abwechslungsreich wie noch nie macht und darüber hinaus auch für seinen Nutzer »mitdenkt«.

Durch die einzigartige Sweet-Foam-Funktion wird der Milchschaum direkt bei der Zubereitung gleichmäßig mit dem Lieblingssirup aromatisiert. Für dieses vollkommen neue Geschmackserlebnis sorgt der spezielle Sirupaufsatz – ein von Jura entwickelter Adapter, der unter den Milchauslauf gesteckt wird und die Milch mit dem gewählten Sirup vermischt, bevor die süße Versuchung im Glas oder in der Tasse mit einer Kaffeezubereitung ge-krönt wird.

Dabei lassen sich Geschmack und Intensität des Sirups exakt den persönlichen

Vorlieben anpassen. So kredenzt die J8 sogar angesagte Trendspezialitäten wie den Sweet Latte auf Knopfdruck.

Das neue P.A.G.2+-Mahlwerk in der JURA J8 hat ebenfalls Erstaunliches zu bieten: Es besitzt eine aktive Mahlgradüberwachung, mit der bei jedem einzelnen Bezug ein konstantes Spitzenresultat garantiert ist. Je nach Auswahl der Spezialität empfiehlt die JURA J8 eine bestimmte Einstellung des Mahlgrads von mild bis intensiv. Mit eigenem »Sound Design« macht sie sich bemerkbar, wenn Optimierungspotenzial besteht. Durch die Ruhe-

position des P.A.G.2+ wird das Mahlwerk außerdem über die ganze Lebensdauer hinweg geschont. Damit ist die J8 einer der ersten und einzigen Vollautomaten in dieser Klasse, die aktiv das Aroma in der Tasse kontrollieren und das Genusserlebnis entsprechend steigern können.

»Coffee Eye« erkennt automatisch die Position von Tasse oder Glas

Das so genannte »Coffee Eye« ist ein intelligenter Tassensensor, der erkennt, unter welchem Auslauf sich das Gefäß befindet – mittig unter dem Kaffeeauslauf oder rechts unter dem Kaffee-Milch-Auslauf. Danach richtet sich der Kaffeevollautomat bei den zur Auswahl stehenden Spezialitäten auf dem Display und passt automatisch die jeweilige Tassenposition an. Haben Tasse oder Glas nicht die richtige Position für das gewünschte Getränk, gibt das »Coffee Eye« einen entsprechenden Hinweis und verhindert, dass der schmackhafte Kaffee in der Auffangschale landet.

Im Klartext: Wenn die JURA J8 einen Cappuccino zubereiten soll, die Tasse aber unter dem mittleren Kaffeeauslauf steht, zeigt die Spezialitätenauswahl im Display keinen Cappuccino an. Erst wenn die Tasse unter den rechten Kaffee- und Milchauslauf gestellt wird, kann über das Displaymenü ein Cappuccino ausgewählt werden. Damit macht JURA die Bedienung noch einmal um ein Vielfaches intuitiver und komfortabler. So vereinfacht sich der Weg zu einer der 31 auf Knopfdruck verfügbaren Spezialitäten.

Das Design und die Silhouette der JURA J8 ist geprägt von Klarheit und Symmetrie. Diese Liebe zum Detail manifestiert sich in jeder einzelnen Komponente: von der Inszenierung der frischen Kaffeebohnen über das einladende und sowohl funktional wie ästhetisch überzeugende Bedien-Interface bis hin zur Beleuchtung des duftenden Kaffeevollautomats. Damit bietet der neue Kaffeevollautomat JURA J8 ein echtes Genusserlebnis noch vor dem ersten Schluck.



Für jedes Wohnambiente das passende Gerät

Die neue JURA J8 ist in den Varianten Midnight Silver, Piano Black und Piano White erhältlich.



Beem Coffee Corner

Für den besonderen Genussmoment

Sich in den eigenen vier Wänden eine Kaffee-Ecke einzurichten, liegt derzeit voll im Wohntrend und die Marke Beem liefert eine große Auswahl an hochwertigen und schicken Geräten rund um die schwarze Bohne. Das fängt an beim Kaffeeröster, zu dem Beem auch den Rohkaffee Brasil anbietet, geht über die elektrische Kaffeemühle bis zur Espresso-Siebträgermaschine »Espresso Ultimate«. Natürlich denkt Beem auch an die Freunde klassischen Filterkaffees mit dem Modell »Direct Brew«, das aktuell mit dem »Schöner Wohnen Best of Design Award« in der Kategorie Küche ausgezeichnet wurde. Für den traditionelle Brühvorgang »Pour Over« liefert Beem sowohl eine elektrische Maschine als auch ein wunderschönes Modell mit Elementen aus Glas, Holz und Aluminium zum Handaufbrühen mit dazu passendem »Pour Over« Wasserkessel.

Geschenkset RK 505/K

Mit Rommelsbacher feinsten Mokka genießen

Mit dem Geschenkset RK 505/K bietet Rommelsbacher die Möglichkeit, einen kräftigen Mokka auch auf Reisen zu genießen, denn dieses Arrangement ist gerade mal so groß wie nötig und daher überall ein idealer Begleiter – auch für unterwegs. Das Paket besteht aus zwei bewährten und beliebten Produkten: Reise-/Minikochplatte RK 501 von Rommelsbacher und Bialetti Moka Kanne ‚Brikka‘. Beide zusammen garantieren eine sowohl sehr effiziente als auch einfache Zubereitung leckeren Mokkas. Als Zugabe beinhaltet das Geschenkset derzeit sogar noch eine 100 Gramm Gratisprobe des ausgezeichneten, gemahlten Kaffees ‚Perfetto Moka Classico‘ von Bialetti, um direkt mit der Zubereitung loslegen zu können. Das Geschenkset kostet 99,99 Euro.



Sage Appliances

Vorstellung der neuen Barista Express Impress

Die globale Kult-Marke launcht die nächste Generation seiner meistverkauften Espressomaschine für zu Hause: die Sage Barista Express Impress. Diese kommt mit zwei innovativen Funktionen – einem intelligenten und zentrierten Dosiersystem sowie einem Druckhebel für unterstütztes Tampen. So gelingt jedem Heim-Barista die perfekte Dosis an frisch gemahltem Espresso und ein präzises Tampen mit weniger Aufwand. Die Barista Express Impress von Sage kostet 829,90 Euro und ist im Einzelhandel seit dem 1. September 2022 erhältlich.

WMF Perfection 700-Serie

Im Oktober kommen zwei weitere Modelle

Die im April eingeführten und zwischenzeitlich mit dem Red Dot Design Award sowie dem TÜV-Hygienezertifikat prämierten WMF Perfection 800 Kaffeevollautomaten erhalten Zuwachs: Im Oktober kommen die beiden neuen Modelle WMF Perfection 740 und WMF Perfection 760 auf den Markt. Wie bei ihren Vorgängern treffen bei den Maschinen perfekte Individualisierungsoptionen, überragende Kaffeequalität und außergewöhnliches Design aufeinander. Die Frontoptik der Perfection 760 ist in Premium-Silber gestaltet, die 740er Version besticht mit einer schwarzen Vorderseite.





Aktuelle Vermarktungskampagne betont Flexibilität mit Motto »Deine für alle.«

FILKA: Der einzigartige Vollautomat für Filterkaffee

Filterkaffee ist out? Pustekuchen! Der Klassiker bleibt das beliebteste Heißgetränk. 49 Prozent der Deutschen* können nicht auf den Genuss eines heißen aromatischen Filterkaffees verzichten – wieso dann am Komfort sparen? Eine neue Maschinengeneration kommt von SEVERIN.

Die FILKA liefert flexiblen Kaffeegenuss in allen Lebenslagen. Sie bedient vielfältige Tassen, Becher und Kannen – so individuell wie der Kaffeetrinker selbst. Die Bohnen werden nach Bedarf im integrierten Mahlwerk frisch gemahlen, wobei die Abstimmung von Kaffeemenge und Wasserbezug vollautomatisch geschieht.

Für alle Tassen im Schrank

Die Portionsgrößen sind perfekt auf die Lieblingstasse in 25 Milliliter-Schritten vor-konfigurierbar: Per Knopfdruck wird die kleine Tasse für zwischendurch, die große Tasse für den morgendlichen Wachmacher oder der To-Go-Becher für unterwegs mit Kaffee befüllt. Neben einzelnen Gästen muss auch der Familienbesuch nicht warten. Ganze Kannen, wahlweise als Glas- oder Edelstahl-Thermokanne, mit bis zu zehn Portionen können wie gewohnt in einem durchgebrüht werden und jede Kaffeerrunde bedienen.

Geht leicht von der Hand

Die Bedienung der FILKA erfolgt denkbar intuitiv und einfach über ein großes LED-Touchdisplay. Die Zubereitung lässt sich per Timer vorplanen und der Kaffee in der Kanne bis zu 60 Minuten warmhalten. Sowohl der Wassertank als auch der Bohnenbehälter sind abnehmbar, die Pulverausgabe lässt sich automatisch öffnen – somit gestaltet sich das Befüllen komfortabel und die Reinigung absolut unkompliziert.

Die Brühqualität entspricht höchsten Maßstäben: die frisch gemahlene Kaffeebohnen aus dem integrierten und angenehm leisen Mahlwerk werden mit idealer Brühtemperatur von bis zu 96 Grad Celsius und Vorbrühfunktion zum erstklassigen Genuss perfektioniert. Die Möglichkeit der Zubereitung mit bereits gemahlendem Kaffeepulver ist weiterhin geboten. Auch der integrierte Wasserfilter samt Wasserhärte-Einstellung trägt zur gleichbleibend hohen Qualität des Kaffeergebnisses bei. Die Kaffeestärke kann per Displayauswahl bestimmt werden.

Ausgezeichnet & Top bewertet

Das benutzerfreundliche und stilvolle Design wurde bereits mit dem Red Dot Design Award, dem German Design Award und dem German Innovation Award ausgezeichnet. Besser noch fiel die Bewertung im unabhängigen Endkundentest aus, in dem die Tester die FILKA mit 99 Prozent Weiterempfehlung honorierten.

Nachhaltig ressourcenschonend

Dank des im Lieferumfang enthaltenen und spülmaschinengeeigneten Goldtonfilters schont die FILKA Geldbeutel und Umwelt. Zusätzliche Abfallprodukte werden vermieden, womit sie jeder Kapsel-lösung voraus ist. Und auch beim Produkt selbst wurde auf Reparaturfreundlichkeit gesetzt: Im Bedarfsfall ist dies schnell und unkompliziert über den Service von SEVERIN möglich.

*Quelle: Kaffeereport 2021 / Statista



»Endkunden zeigten sich absolut begeistert von der Vielseitigkeit und der einfachen Bedienbarkeit der FILKA. Sie gaben an, dass das Gerät ihnen einen echten Mehrwert bietet. Das zeigt, dass wir mit der Innovation genau den richtigen Nerv getroffen haben.«

Sebastian Blome
Technology & Innovation Manager bei SEVERIN



TV-Werbung für Siemens EQ900

Im Fokus einer breit gefächerten Werbekampagne mit fast einer Milliarde Werbeimpulse steht ein TV-Spot, der ab 27. September auf allen großen Sendern des Landes zu sehen ist und den neuen Siemens Kaffeefullautomaten EQ900 zum Werbestar in der verkaufsstärksten Saison des Jahres macht.

Unterstützt wird die Kampagne von weitreichenden Maßnahmen im Web, in den sozialen Medien sowie am Point of Sale. Das sorgt für eine Gesamtreichweite von über 80 Prozent.

Ein weiteres Highlight der Kampagne ist die Ausspielung während der Champions League Übertragungen auf Amazon Prime Video. Hier wird im Oktober bei zwei Spielen während der Halbzeit ein Fernsehspot zu sehen sein.

VITTORIA **Acopino**

Zubereitung von 6 Heißgetränken – mit One-Touch-Funktion.

Innovatives Design und optimale Funktionalität machen die Acopino Vittoria zu einem echten Hightech-Element in ihrer Küche und bietet Ihnen alles, was Sie von einem modernen Kaffeefullautomaten erwarten. Die intuitive Menüführung, ein intelligentes Fehlererkennungssystem sowie ein Entkalkungs- und Selbstreinigungsprogramm runden die Bedienfreundlichkeit der Acopino Vittoria ab. Jetzt entdecken auf acopino.de.

Inh. Klaus Merzweil
Badelacher Weg 27 • 36404 Vacha
Telefon: 03 69 62 / 2 26 00 • eMail: info@acopino.de
www.acopino.de

Kaffee wie von Hand aufgebrüht

Aroma Sense von Caso Design

Die neue **Caso** Kaffeemaschine bietet alle Voraussetzungen für die Zubereitung perfekten Kaffees. Durch den 9-Loch-Brüharm wird das Kaffeepulver gleichmäßig benetzt, sodass der Kaffee aromatisch und wie vom Barista schmeckt. Die ideale Brühtemperatur von 92 bis 96 Grad Celsius sorgt für eine perfekte Extraktion der Aromastoffe und eine Reduzierung der Bitterstoffe.

Eine zu hohe Brühtemperatur führt dazu, dass sich Bitterstoffe aus dem Kaffeepulver lösen und der Kaffee einen zu starken, bitteren Geschmack erhält. Ist die Brühtemperatur zu niedrig, werden nicht genug Aromastoffe aus dem Kaffeepulver extrahiert – der Kaffee wird zu schwach und schmeckt säuerlich. Die »Aroma Sense« von Caso Design hat genau die richtige Brühtemperatur, um das Beste aus dem Kaffee herauszuholen.

Auch die Tropfgeschwindigkeit ist bei der Zubereitung des perfekten Kaffees wichtig und kann bei der neuen Caso Maschine mit einem Aromaregler stufenlos eingestellt werden. Eine weitere Besonderheit ist der Aromastab, durch den der Kaffee von unten in die Kaffeekanne gelangt, sodass der Kaffee in der Kanne zirkulieren kann. Das sorgt für einen gleichmäßigen Kaffeegenuss.

Mit der Timerfunktion kann die Maschine auch zeitversetzt gestartet werden. Und wer spontan Lust auf einen Kaffee hat und es nicht erwarten kann, ihn zu genießen, kann seinen Kaffee dank des manuellen Tropfstopps auch schon während des Brühens entnehmen.



Aroma Sense Durch den mittigen Aromastab fließt der Kaffee von unten in die Kanne und kann für gleichmäßigen Geschmack besser zirkulieren.

Mit dem großen Wassertank von 1,25 Liter können bis zu zehn Tassen Kaffee zubereitet werden – oder mit der Funktion »Single Cup« auch nur eine Tasse, direkt in den Kaffee- oder »to go«-Becher.

Die Aroma Sense ist mit einem Permanentfilter titanbeschichtetem Edelstahl ausgestattet, der wiederverwendbar, langlebig und geschmacksneutral ist. Das ist nicht nur umweltfreundlich, sondern spart auch Zeit, denn das Nachkaufen von Papierfiltern ist kein Thema mehr.

De'Longhi Magnifica Start

Günstiger Einstieg in die Welt der Kaffeefullautomaten

Mit einem neuen Kaffeefullautomaten lockt De'Longhi im Einstiegssegment: Die Magnifica Start bietet einen komfortablen Start in die Welt des Kaffeegenusses auf Knopfdruck. Technisch gut ausgestattet und geprägt vom Know-how der Produktentwickler bei De'Longhi stehen Benutzerfreundlichkeit, Individualisierbarkeit und einfache Wartung im Fokus des günstigen Einstiegsmodells.

Die Magnifica Start bereitet eine Auswahl der beliebtesten Kaffeegetränke ganz einfach per Knopfdruck zu. Das Touch-Display reagiert auf sanfte Berührung und dank der intuitiv gestalteten Direktwahlsymbole sind Kaffee, Long Coffee, Espresso oder Americano stets nur einen Fingertipp entfernt. Auf dem übersichtlichen Touch-Bedienfeld zeigen bis zu fünf Symboltasten den Weg zu den wählbaren



Magnifica Start von De'Longhi bereitet Kaffee-Klassiker einfach und schnell zu.

Heißgetränken. Über das fünfte Icon lässt sich der Milchaufschäumer für die Zubereitung von cremigem Milchschaum oder Teewasser betätigen.

Die neue Magnifica Start erscheint im September in neun verschiedenen Designs und Ausführungen. Alle Modelle bereiten Kaffee, Espresso und Teewasser zu und liegen preislich zwischen 349 und 379 Euro.

AEG macht keine Kompromisse

Die neue AEG Wäschepflegeserie vereint Nachhaltigkeit mit strahlender Sauberkeit



Bildmaterial: AEG

Das Waschen und Trocknen von Kleidung birgt enormes Potenzial zur Einsparung von Wasser, Energie und Ressourcen. Auch Wäsche länger haltbar zu machen, leistet einen wesentlichen Beitrag zu deren Umweltwirkung. Vielen Menschen fällt es aufgrund jahrelanger Waschgewohnheiten dennoch schwer, diese umzustellen. Die Premiummarke **AEG** hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, Konsument:innen dabei zu unterstützen, die Einstellung zur Wäschepflege zu überdenken und Gewohnheiten schließlich zu ändern.

Die aktuelle Electrolux-Studie »The Truth about Laundry« stellt fest, dass die Produktion von Textilien jährlich für zehn Prozent des CO₂-Ausstoßes verantwortlich ist. Ein verantwortungsvoller und nachhaltiger Umgang mit Kleidung ist daher unumgänglich, um die Umwelt zu schützen. Genau hier setzt AEG an und bietet Konsument:innen in den Waschmaschinen der Serien 6000, 7000, 8000 und 9000 innovative Technologien an, die Textilien schonend waschen, um sie länger zu erhalten. Mit einfachen Handgriffen lassen sich außerdem die Ressourcen Wasser und Energie einsparen.

Laut dieser Studie waschen 29 Prozent der Menschen Kleidung, um den Geruch daraus zu entfernen, auch wenn diese gar nicht schmutzig ist. Die AEG-Technologie ProSteam® schafft hier Abhilfe. Mithilfe von Dampf eliminiert das Programm Gerüche und Falten in 25 Minuten und benötigt mit gerade einmal zwei Litern pro Zyklus 96 Prozent weniger Wasser als ein normales Programm, ist schneller und erspart das Bügeln.

Waschgänge bei 30 Grad sparen laut »The Truth about Laundry« pro Jahr und Gerät circa 27 Kilogramm CO₂ im Vergleich zu gleichen Programmen mit 40 Grad ein. Dank der ÖkoMix-Technologie, die ab der 8000er Serie das Waschmittel mit Wasser vormischt und dann zu Beginn des Waschzyklus gleichmäßig von oben direkt auf

die Wäsche sprüht, haben diese Geräte bei 30 Grad eine Waschleistung wie sonst bei 40 Grad. Daher ist die Standard-Temperatur bei vielen Programmen bei den

neuen AEG-Waschvollautomaten auf 30 Grad voreingestellt. Zusätzlich leuchtet zur Orientierung ein grünes EcoLeaf auf dem Display, sobald sich für ein besonders umweltschonendes Programm entschieden wurde.

Die richtige Dosierung des Waschmittels spielt ebenfalls eine Rolle beim nachhaltigen Waschen. Einzeldosierte Waschmittel sind hier eine neue Lösung auf dem Waschmittelmarkt. Die einzigartige Waschmittelschublade UniversalDose, die es modellabhängig bei der 7000er und 8000er Serie gibt, ist für Pods® als auch für Waschmittelpulver und Flüssigwaschmittel konzipiert. In der Schublade wird der Pod bereits komplett aufgelöst und damit um 60 Prozent schneller aktiviert.



Die neue Serie umfasst auch nachhaltige Wäschetrockner

Beim Wäsche trocknen setzt AEG ebenfalls Standards, um Kleidung so sanft und nachhaltig wie möglich zu trocknen. Ab der 7000er Serie ermöglicht die energiesparende SensiDry-Technologie eine besonders schonende und energieeffiziente Trocknung bei niedrigen Temperaturen. Das AbsoluteCare-System, das ab der 8000er Serie enthalten ist, sorgt durch präzise gesteuerte Trommelbewegungen für die schonende Trocknung empfindlicher Materialien.



Haier Cube 90 Serie 7
Der French Door Cooler, der unvergleichlichen Komfort bietet und in der Küche alle Blicke auf sich zieht.

Smart Home Geräte von Haier

Intuitiv • Intelligent • Vernetzt

Ein smart vernetztes Zuhause, welches intuitiv zu bedienen ist und durch intelligente Technik auffällt: damit überzeugt **Haier** nun auch im Bereich der Einbaugeräte.

Dank der neuen Einbaubacköfen der Chef@Home Serie 6 wird die Küche zum zentralen Ort der künstlichen Intelligenz. Ausgestattet mit den »Cook with Me«-Technologien vereinen die Geräte designstarke, klare Linien und eine komplett schwarze, multistrukturale Oberfläche mit innovativen Komponenten. Für perfekte Kochergebnisse sorgt unter anderem die PreciTaste-Technologie – eine smarte Linse, welche Lebensmittel erkennt und automatisch den optimalen Garvorgang einstellt.

Eine weitere Lösung für hervorragende Kochergebnisse ist das KI-gestützte Braten-Thermometer. Die Innentemperatur der Speisen kann zu jedem Zeitpunkt des Garvorgangs mit höchster Präzision

gemessen werden. Dank PreciSonde wird die Temperatur auf den Grad genau überwacht, sodass Temperaturanpassungen direkt via App vorgenommen werden können. Denn – wie alle smarten Geräte von Haier – ist der Backofen via hOn App vernetzt und kann aus der Ferne und per Sprachsteuerung bedient werden. Die hOn App bietet zusätzliche Empfehlungen, Ratschläge und über 300 Rezepte zum Nachkochen.

Über das große, in die Tür integrierte TFT Touch Display, lässt sich der Backofen der Chef@Home Serie 6 perfekt steuern – und dank des smarten Bewegungssensors ist das Display auch noch energiesparend, denn es wird nur aktiviert, wenn sich der Nutzer dem Backofen nähert.

Unvergleichlich smarter Kühlschrank

Für ein rundum intelligentes Erleben in der Küche sorgt der Cube 90 Serie 7. Ausgestattet mit einer Reihe von Next-Level-Funktionen bietet er dem Nutzer unvergleichlichen Komfort und überzeugt mit den revolutionären Fresher Techs. Der viertürige Kühlschrank mit einer Breite von 90 Zentimeter und einer Höhe von 180 Zentimeter ist in Schwarz und Edelstahl verfügbar.

Die integrierten Fresher Techs wurden entwickelt, um eine optimale Lagerung von Lebensmitteln zu ermöglichen. Ein Highlight ist die exklusive ABT-Pro-Technologie: Die Luft im Inneren des Kühlschranks wird katalysiert, so dass Bakterien und Moleküle zersetzt und in Wasser

und Kohlendioxid umgewandelt werden. Das Ergebnis spricht für sich: 99,99 Prozent der Bakterien werden entfernt.

Doch nicht nur die Hygiene wird beim Haier Cube 90 Serie 7 in den Mittelpunkt gestellt, auch die Frische wird großgeschrieben. Die Humidity-Zone-Schublade hält Obst und Gemüse dank der Luftfeuchtigkeitsregulierung doppelt so lange frisch – und die Switch Zone lässt sich wahlweise als Kühl- oder Gefrierfach verwenden, falls mehr Platz benötigt wird. Die Absolute-Ice-Technologie ist ein Icemaker, der über ein eigenes Kühlsystem verfügt und so geruchloses und kristallklares Eis zur Verfügung stellt, wann immer es benötigt wird.

Für zusätzlichen Komfort lassen sich die Temperatur und andere Einstellungen des Cube 90 Serie 7 über ein Touch-Display auf der Vorderseite des Geräts steuern.

i-Refresh Dampffunktion

Und wenn die Kochschürze mal in die Wäsche muss, wartet jetzt auch hier vernetzte Hilfe. Die I-Pro Serie 7 Plus vereint mithilfe Künstlicher Intelligenz die modernste Hygienetechnologie in der Wäschepflege für frische, reine Wäsche und gleichzeitig hygienische Geräte. Via hOn App lassen sich die Modelle der I-Pro Serie 7 Plus mit zusätzlichen Funktionen intuitiv bedienen.

Neben einer umfassenden Auswahl an individuellen Programmen stellt die hOn App dem Nutzer das Programm »Smart« zur Seite: die Menge und Art der Textilien wird automatisch erkannt und das Waschverhalten aus über 2.500 Kombinationen entsprechend angepasst.

Ausgestattet sind die neuen Haier Modelle zusätzlich mit vielen weiteren spannenden Funktionen, die das Wäschewaschen revolutionieren: die i-Refresh Dampffunktion entfernt in kürzester Zeit unangenehme Gerüche und Falten. ABT und Dual Spray – welche mithilfe von Düsen die Waschlauge von Innentür und Türmanschette entfernt – sorgen für hygienische Waschgänge.



Chef@Home Serie 6
Einbaubackofen mit Künstlicher Intelligenz.



I-Pro Serie 7 Plus
Überzeugt in Energieklasse A.



IFA 2022 Die geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Markus Miele (links) und Dr. Reinhard Zinkann (Mitte) sowie Dr. Axel Kniehl (rechts), Geschäftsführer Marketing & Sales, zeigten in Berlin, wie Miele Umwelt und Klima schützt und auch seine Kunden darin unterstützt, nachhaltiger zu leben.

Bild: Miele

Führende Premiummarke der Branche profitiert überproportional

»Nachfrage nach hochwertigen Hausgeräten ist weiterhin groß«

Nach Umsatzzuwächsen von 7,5 Prozent und 6,5 Prozent in 2021 bzw. 2020 befindet sich **Miele** weiter auf einem guten Wachstumskurs. »Offenbar kaufen viele Menschen bewusster, bei Hausgeräten etwa mit Blick auf deren Langlebigkeit und auf die Energieeffizienz«, stellt Miele-Chef **Dr. Reinhard Zinkann** fest.

Kühlgeräte von Miele sind bei der Energieeffizienz ganz vorne dabei

Mehr Nachhaltigkeit in der Küche versprechen die neuen Stand-Kühlgeräte der Generation K 4000 – zum Beispiel mit dem innovativen Frischesystem Perfect Fresh Active, bei dem das Zusammenspiel von Temperaturen um die null Grad mit einem feinen Wassernebel das Gemüse und Obst bis zu fünfmal länger knackig frisch und ansehnlich hält und damit der Verschwendung von Lebensmitteln entgegenwirkt.

Innovation BluRoX bringt 25 Prozent mehr Volumen

Liebherr setzt auf völlig neues Material bei der Isolierung

Auf der IFA verkündete **Steffen Nagel**, Managing Director Sales & Marketing von **Liebherr-Hausgeräte**: »Unsere Weltneuheit BluRoX ermöglicht die Herstellung von Kühl- und Gefriergeräten mit bisher unerreichten Energieeffizienzklassen.«

Anstatt der herkömmlichen Schaumelemente nutzt BluRoX zur Isolierung ein Vakuum in Verbindung mit fein gemahlenem Lavagestein – so genanntem Perlit. Ein Vakuum bietet energietechnisch die bestmögliche Isolierung. Perlit besitzt aufgrund seiner kristallinen Mikrostruktur eine sehr geringe Wärmeleitfähigkeit. Durch diese Kombination entsteht eine unübertroffenen energieeffiziente und gleichzeitig kompakte Lösung zur Kälteisolierung.

Wegen der besonders effektiven Dämmung kann Liebherr die Wände eines BluRoX-Gefrierschranks um etwa ein Drittel dünner konstruieren als die Wände

eines herkömmlichen schaumisolierten Geräts. Bei einem vollständig mit Vakuum-Perlit-Technologie ausgestatteten Gerät ist das Ergebnis ein um rund 25 Prozent größeres Fassungsvermögen im Vergleich zu Kühl- und Gefriergeräten mit denselben Außenmaßen.

»Damit beweist Liebherr als Spezialist für Kühlen und Gefrieren erneut seine hohe Innovationskraft und bewegt sich weiter konsequent in Richtung Kreislaufwirtschaft«, führt Steffen Nagel weiter aus. Machbar wird dies durch die spezielle Vakuum-Perlit-Technologie, die eine besonders energieeffiziente Isolierung bei gleichzeitig dünneren Gerätewänden er-

möglicht. Der Rohstoff Perlit ist in nahezu unbegrenzter Menge verfügbar. Im Vergleich zur Herstellung herkömmlicher Isoliermaterialien aus erdölbasiertem Polyurethan nimmt der gesamte Prozess von der Gewinnung des Lavagesteins bis zu seiner Nutzung als Dämmmaterial weniger Ressourcen in Anspruch.

Perlit kann am Ende der Lebensdauer eines BluRoX-Kühl- oder Gefriergeräts entfernt und ohne wesentliche Aufbereitung wiederverwendet werden. Weil diese Isolierung nicht mit den umliegenden Komponenten verklebt ist, können auch die Außenhülle und der Innenbehälter leicht aufbereitet und wiederverwendet werden.

In 2023 wird Liebherr zunächst ein Gefriergerät auf den Markt bringen, bei dem die Tür mit der patentierten BluRoX-Technologie ausgestattet sein wird. Die Wände dieses Hybrid-Modells Fnb 5056 werden durch die herkömmliche Schaumisolierung gedämmt. Schon dieses Gefriergerät wird als weltweit erstes seiner Art die Effizienzklasse B gemäß neuem EU-Energielabel besitzen. Im Laufe der nächsten zwei Jahre wird Liebherr dann den ersten vollständig mit Vakuum-Perlit-Technologie ausgestatteten BluRoX-Gefrierschrank präsentieren.



Beko: Energiesparende Waschmaschinen mit Aqua Tech

Die neuen Beko-Waschmaschinen mit acht bzw. neun Kilogramm Fassungsvermögen liefern dank innovativer Aqua Tech-Technologie stets saubere Wäsche mit der höchsten Energieeffizienzklasse A und bis zu 20 Prozent geringerem Stromverbrauch.

Aqua Tech setzt auf die natürliche Kraft des Wassers, um die Wäsche schnell, gründlich und besonders sanft zu reinigen. Wasser und Waschmittel werden dafür bereits im Waschmittelfach vermengt. Diese Mischung wird, wie bei einem Wasserfall, kraftvoll von oben eingegossen, wodurch die Wäsche schneller eingeweicht und gründlicher gewaschen wird.

Ein weiterer Baustein der Aqua Tech-Technologie ist ein innovativer Waschzyklus, bei dem abwechselnd rotierend und intensiv gespült wird. Dadurch verringert sich die Anzahl der Trommelzyklen um bis zu 75 Prozent, was sowohl die Dauer als auch die Belastung für die Textilien um bis zu 50 Prozent reduziert. So sparen die neuen Waschmaschinen Energie und Zeit bei maximal sauberem Ergebnis. Dabei unterstützt zudem der Pro Smart Inverter Motor, der durch das bürstenlose Motordesign einen geringen Stromverbrauch, einen niedrigen Geräuschpegel sowie eine höhere Lebensdauer bietet.

Die neuen Waschvollautomaten sind auch mit der Steam Cure-Technologie ausgestattet. Mit Dampf geht sie besonders hartnäckigen Flecken an den Kragen und schützt zugleich vor erneuter Faltenbildung in der Kleidung. Durch den gezielten Einsatz von Dampf zu Beginn und am Ende des Waschganges werden die Textilien makellos sauber, weich und faltenfrei. Gleichzeitig kann mit Steam Cure Hygiene+ das Wasser auf 60 Grad Celsius erhitzt werden, was übliche Haushaltsallergene um bis zu 99,9 Prozent reduziert. Die Waschmaschinen mit Steam Cure sind damit auch für Allergiker geeignet.

Beide Waschvollautomaten lassen sich dank Bluetooth ganz bequem über die Home Whiz-App steuern.

67 Prozent der Deutschen sind bereit, einen Aufpreis für nachhaltige Produkte zu zahlen

Nachhaltigkeit ist bei der Kaufentscheidung ein wesentlicher Faktor

Umweltschutz, Ressourcenschonung, Einsparung wegen stark gestiegener Energiekosten – kein zweites Thema bestimmt aktuell unser tägliches Leben so sehr wie das Bewusstsein, dass wir Menschen uns zukünftig nachhaltiger verhalten müssen.

Für Grundig ist Sustainability weit mehr als ein Modewort: Schon mit dem ersten Öko-Schalter für Fernseher in den 1990er Jahren begannen die Nachhaltigkeitsbemühungen der Marke, die kontinuierlich vorangetrieben wurden und bis heute in einem umfangreichen Nachhaltigkeitsortiment in allen Produktkategorien mündeten. Grundig macht Nachhaltigkeit zuhause erlebbar und stellte dies auf der IFA 2022 unter dem Motto #SustainabilityStartsAtHome in den Fokus seines Messeauftritts.

»Wir wollen die Marke Grundig als Synonym für ein nachhaltiges Zuhause etablieren – einen besseren Start für unsere neue Markenkampagne ‚Nachhaltigkeit beginnt zuhause: Eine Zukunft ohne Öko-Angst‘ als die IFA kann ich mir nicht vorstellen«, informiert **Jens Grubert**, Director Brand Management der Beko Grundig Deutschland GmbH. »Unser Ziel ist es, Konsument*innen die Angst vor Fehlern in Sachen nachhaltiger Gestaltung des Alltags nehmen und sie auch zu kleinen Änderungen ermutigen. Egal, ob es um kleine und große Hausgeräte oder Unterhaltungselektronik geht: Wir möchten uns als Partner auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Zuhause anbieten. Denn viele kleine Schritte für eine bessere Zukunft sind besser als keiner. Mit unserem umfangreichen und innovativen Nachhaltigkeitsortiment nehmen wir den Verbraucher*innen ihre Öko-Angst. Diesen Ansatz sehen wir als Schlüssel für den Weg in eine nachhaltige Zukunft, denn wir sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit zuhause beginnt«, so Grubert weiter.

Was dieses Motto konkret im Alltag bedeutet, zeigt unter anderem eine Weltneuheit, die Grundig bei der IFA 2022 mit im Gepäck hatte: die weltweit erste Waschmaschine mit integriertem Mikroplastikfilter. Die neuartige Technologie filtert bis zu 90 Prozent der textilen Mikrofasern aus dem Waschwasser, bevor diese ins Abwasser gelangen und die Umwelt belasten. So können pro Waschmaschine jährlich etwa 20 Gramm Mikrofasern herausgefiltert werden, was dem Gewicht von vier Kreditkarten entspricht. Dabei bleibt der Stromverbrauch konstant gering und die Waschmaschine überzeugt mit der höchsten Energieeffizienzklasse A. Für diese Innovation wurde die Marke Grundig vor kurzem mit dem Deutschen Award für Nachhaltig-



Jens Grubert

keitsprojekte in der Kategorie »Produkt – Technologie« ausgezeichnet.

Auch bei der Verpackung von Produkten spielt Umweltverträglichkeit eine immer größere Rolle. So haben heute bereits 52 Prozent aller Grundig-Produkte eine nachhaltige Außenverpackung aus recycelter und recycelbarer Kartonage, im Bereich der Haushaltskleingeräte und Unterhaltungselektronik sind es schon 100 Prozent. Dadurch konnten bereits über 540.000 Bäume vor dem Fällen bewahrt werden. An umweltfreundlicher Innenverpackung, die zum Beispiel ohne Styropor auskommt, wird ebenfalls gearbeitet.

Mario Vogl verabschiedet sich

Kurz vor Drucklegung erhielten wir die Nachricht, dass **Mario Vogl**, CEO der Beko Grundig Deutschland GmbH und Regional Director Northern Europe der Arçelik-Gruppe seine Funktionen zum 30. September 2022 niedergelegt und das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat. Sein Ausscheiden erfolgt im besten gegenseitigen Einvernehmen. Der bisherige Co-Geschäftsführer **Marius Stoica**, der das Unternehmen seit Oktober 2019 gemeinsam mit Mario Vogl leitet, wird alleiniger CEO der Beko Grundig Deutschland GmbH. Damit ist die für Kunden, Geschäftspartner sowie Mitarbeiter erforderliche Kontinuität gewährleistet, um den erfolgreichen Kurs des Unternehmens fortzuführen.



Mario Vogl



#LikeABosch mit »Die fantastischen Vier«

Der Bosch Kampagnensong wird neu und prominent interpretiert

Auf der IFA 2022 kündigte **Harald Friedrich**, Geschäftsführer der Robert Bosch Hausgeräte GmbH eine Weiterführung der erfolgreichen Markenkampagne #LikeABosch mit den Pionieren des »Deutsch-Hip-Hops« an: Die Fantastischen Vier produzieren den Kampagnensong neu, mit selbst verfassten Lyrics, und fungieren als Hauptdarsteller in den neuen Werbespots.

IFA-Innovation

Siemens präsentierte einen Kühlschrank, der aufs Wort hört

Als erster Einbau-Kühlschrank öffnet sich der neue iQ700 von **Siemens Hausgeräte** dank Open Assist ohne Berührung. Die Neuheit ist über die Home Connect App mit verschiedenen Smart Speakern vernetzbar und reagiert auf Kommando.

Ein Satz wie etwa »Alexa, mach den Kühlschrank auf« genügt und schon öffnet sich der iQ700 leise und automatisch. Praktisch ist dieses spielerische Feature, wenn man sprichwörtlich »alle Hände voll zu tun hat«. Zum Beispiel beim Tisch abräumen: Jetzt gibt es kein Zwischenparken mehr von Butter, Käse und Aufstrichen, um an der Tür zu ziehen. Mit der Funktion Open Assist kann alles direkt im Kühlschrank abgestellt werden.

Der Wunsch nach größerer Vorrats-haltung ist mehr als ein Trend: Menschen lagern im Jahr 2022 in der Regel mehr Lebensmittel in den eigenen vier Wänden,

wollen jedoch gleichzeitig vermeiden, zu viel wegwerfen zu müssen. Siemens Hausgeräte unterstützt diese Bedürfnisse durch eine Kombination aus geräumigem Lager-volumen und dem Frischesystem Hyper Fresh Premium. Darin bleiben Fisch und Fleisch, Obst und Gemüse deutlich länger haltbar. In drei transparenten Schubladen herrschen extraniedrige Temperaturen um null Grad Celsius, während gleichzeitig die Luftfeuchtigkeit im Obst- und Gemüsefach erhöht ist.

Gemeinsam mit dem ersten iQ700 Kühlschrank bringt Siemens Hausgeräte auch den passenden Einbau-Gefrier-

Unter dem Claim »Lebe fantastisch #LikeABosch« präsentierten auf der IFA 2022 die Bosch-Geschäftsbereiche Hausgeräte, Power Tools, Smart Home und Thermotechnik ihre Produkte für den »täglichen Bedarf« erstmals gemeinsam unter einem Dach. Dazu die neue Kampagne »Lebe fantastisch #LikeABosch«, ausgerichtet auf die DACH-Region, die seit 1. September 2022 im Fernsehen, auf YouTube sowie Social Media läuft. Zusätzlich strahlt Amazon Prime Video TV-Spots im Rahmen der Champions League aus.

Auf der Messe zeigte Bosch auch eine Vielfalt neuer Möglichkeiten für den nachhaltigeren Umgang mit Energie und Rohstoffen. Zu den Highlights gehören unter anderem neue, besonders energiesparende Wäschepflege-Geräte, ein Kühlschrank, der hilft, den CO₂-Fußabdruck zu senken, sowie neue Backöfen, mit denen man Gerichte mühelos gesund zubereiten kann.

Heißluftfrittieren im Backofen

In der neuen Premium-Backofen-Range der Serie 8 hat Bosch zwei moderne Heizarten verbaut: die Dampf-Funktion Plus – Dampfgaren bei bis zu 120 Grad – und das fettsparende Air Fry Heißluftfrittieren. Beide Garmethoden haben eines gemeinsam: Sie erlauben Haushalten, Speisen mühelos gesund, nährstoffschonend und aromatisch zuzubereiten. Weiterentwickelte Sensoren – etwa der Perfect Bake Backsensor oder das Perfect Roast Braten-thermometer – unterstützen dabei, den idealen Garzeitpunkt zu finden.

schrank auf den Markt. Beide Geräte sind 178 Zentimeter hoch und passen damit in die 180 Zentimeter Standard-Nische.



Praktisch, wenn die gerade eben fertiggestellte Torte in den Kühlschrank soll. Damit sie nicht auf einer Hand balancieren werden muss, spricht man einfach »Alexa, mach den Kühlschrank auf« und schon öffnet sich die Tür.

Exklusive Vertriebspartnerschaft

Vertriebs- und Service-Spezialist SVS ist ab sofort exklusiver Vertriebspartner des Schweizer Traditionsunternehmens **Solis** für den stationären Handel sowie die Kooperationen im deutschen Markt. Solis blickt auf eine mehr als einhundertjährige Geschichte und konnte sein umfangreiches Produktportfolio im Bereich Weiße Ware weltweit in 40 Ländern erfolgreich etablieren.



Andrej Ganski

Zu den wichtigsten Produktgruppen der Marke Solis zählen die Segmente Fun Cooking, Vakuumieren, Espresso und Haartrockner. Bei allen Geräten legt Solis besonderen Wert auf sein »Nachhaltigkeit«-Konzept und passt damit laut SVS-

Geschäftsführer **Andrej Ganski** hervorragend zum Zeitgeist: »Die Menschen sind es leid, Produkte nach nur kurzer Zeit, meist direkt nach Ende der Garantie, ersetzen zu müssen. Mit Solis haben wir einen Partner gefunden, der seine Produkte von Grund auf anders denkt. Hohe Qualität und lange Lebensdauer stehen im Zentrum und werden durch bis zu sieben Jahre Garantie unterstrichen. Das sind tolle Verkaufsargumente und eine hervorragende Möglichkeit für den Handel, sich mit echten Qualitätsprodukten zu profilieren.«



Gerald Russ

Die Marke Solis konnte sich in den letzten Jahren bei den Handelspartnern und überregionalen Key Accounts des spezialisierten Versandhandels sehr gut etablieren. »Eine enorm wichtige Säule für unsere Neuausrichtung mit neuem

Produktportfolio und selektiver Distribution ist nach wie vor der stationäre Fachhandel«, informiert **Gerald Russ**, Vertriebsleiter bei Solis.

»Der aktuelle Trend zurück ins Ladengeschäft ist Zeichen genug, mit den Entscheidern vor Ort ins Gespräch zu kommen und so unser selektives Vertriebskonzept mit Leben zu erfüllen. Mit SVS haben wir dafür den optimalen Partner mit der gleichen Fachhandels-Philosophie sowie den richtigen Zugängen und Erfahrungen an unserer Seite. Gemeinsam bieten wir Fachhändlern und Kooperationen in ganz Deutschland dauerhaft verlässliche Produkte mit attraktiver Marge – und zum Start unserer Fachhandelsinitiative eine attraktive Cashback-Aktion im Herbst an«, so Gerald Russ weiter.

Weinklimaschrank 8000 Perfect Shelving

Neue Weinkühler von AEG schaffen Bedingungen wie im Weinkeller

Die wichtigste Regel für die Lagerung von Wein ist eine gleichbleibende Temperatur. Das erfüllen die neuen **AEG** Weinklimaschränke durch das Zusammenwirken von Kompressor und Thermostat, isolierten Seitenwänden und dreifach verglasten Türen.

Neben Temperaturschwankungen und Oxidation kann sich auch Licht schnell auf den Geschmack und die Farbe auswirken. Die AEG Weinklimaschränke eliminieren die Lichteinstrahlung durch getönte Glastüren, einen dunklen Innenraum und UV-freie LED-Beleuchtung. Durch die neuartige Bauweise, welche den besten Bedingungen eines Weinkellers nachempfunden ist, wird zudem auch während der Lagerung der natürliche Reifeprozess der Weine unterstützt.

Damit auch wirklich alle Lieblingstropfen gelagert werden können, hat AEG ein Regalsystem entwickelt, welches für sämtliche 0,75 Liter-Flaschenformen geeignet ist. Auch Chardonnay, Champagner, Bordeaux oder Riesling lassen sich problemlos in den Regalen unterbringen.

Um vor allem die Korken unversehrt zu halten und die Oxidation des Weines zu verhindern, ist die richtige Luftfeuchtigkeit elementar. Die AEG Weinklimaschränke sind so konstruiert, dass die Luftfeuchtigkeit durch Rückgewinnung der Umgebungsfeuchtigkeit selbst reguliert wird, wodurch die Luftfeuchtigkeit stets zwischen 50 und 80 Prozent gehalten wird.



Bild: AEG

Um das Qualitätsniveau zu bewahren, schaffen die AEG Weinklimaschränke eine erschütterungsgeschützte Umgebung für die gelagerten Weine – durch ein externes Gehäuse für den Kompressor mit variabler Geschwindigkeit, durch Stoßdämpfer und vibrationsabsorbierende Regalböden. Schließlich bieten die AEG Weinklimaschränke eine ständige und natürliche Ventilation zur Vermeidung von Schimmelbildung.

Der 8000 Perfect Shelving ist in verschiedenen Größen und Bauweisen erhältlich und fügt sich so perfekt in die jeweilige Wohnumgebung und Einrichtung ein.

Severin Sevinzo

Weinkühlschränke für wohltemperiertes Weinerlebnis

Die hochwertigen Ein- bzw. Zwei-Zonen-Weinkühlschränke von Severin schaffen Lager- und Genusstemperaturen, die perfekt auf den Wein abgestimmt sind. Gleichzeitig vereinen sie stilvolles Design mit erstklassiger Ausstattung und einfacher Bedienbarkeit.

Und da Wein mit Freunden bekanntlich am besten schmeckt, geht Severin mit zwei Partnern in Kooperation, die dieses Gefühl verkörpern: Mit »III FREUNDE« und »Geile Weine« werden gemeinsame Weinmomente zelebriert und beste Qualität in den Fokus gestellt.

Der kompakte Sevinzo 14 verfügt mit einem Nutzinhalt von 43 Litern über eine Lagerkapazität von bis zu 14 Flaschen auf drei Einschüben. Das Ein-Temperaturzonen-Modell lässt sich auf Temperaturen zwischen fünf und 20 Grad Celsius einstellen, ist mit nur 38 Dezibel besonders leise und trägt das EU-Label E.



Bild: Severin

Sein größerer Bruder Sevinzo 28 Duo (Bild) verfügt über zwei unterschiedliche Temperaturzonen: Die obere Zone mit ihrem Temperaturbereich von fünf bis zwölf Grad Celsius eignet sich für weiße und Roséweine. In der unteren Zone lagern Rotweine bei Temperaturen von zwölf bis 18 Grad Celsius ideal. Er verfügt über Energieeffizienzklasse G bei leisen 41 Dezibel.



Neues aus Berlin

Smarte Welt mit Samsung

Auf der IFA 2022 präsentierte **Samsung Electronics** seine Vision vom smarten Alltag der Zukunft und stellt seine überarbeitete Applikation Smart Things in den Mittelpunkt.

Diese App ermöglicht es Menschen, ihre Samsung-Geräte sowie kompatible Produkte anderer Marken miteinander zu vernetzen und somit möglichst umfassend und effizient zu nutzen. Für Kunden eröffnen sich dadurch vielfältige Möglichkeiten, die Geräte in ihrem Zuhause an ihre eigenen Bedürfnisse anzupassen und neue Nutzungsszenarien zu erkunden.

Eine Zielsetzung von Samsung besteht darin, die Kunden immer wieder aufs Neue zu inspirieren, Routinen zu überdenken, neue zu entwickeln und durch die Einsparung teurer Energien idealerweise auch Geld zu sparen. So lässt sich mit Smart Things Energy der Energieverbrauch von Geräten über das Smartphone kontrollieren und steuern, wenn diese mit der Smart Things App verbunden sind.

Smart Things Energy

Darüber hinaus gibt Smart Things Energy auf der Basis individueller Gewohnheiten Empfehlungen zur kostensparenden Nutzung der Geräte. Der kostenlose Service ist am 30. August 2022 in Deutschland gestartet. Samsung hat es sich zum Ziel gesetzt, dass bis 2023 alle Wi-Fi-fähigen Produkte von Samsung den Smart Things Energy-Service anbieten.

Netto-Null-Energie-Haus

Darüber hinaus zeigte Samsung auf der IFA das Entwicklungsprojekt »Netto-Null-Energie-Haus«, das in Partnerschaft mit Qcells umgesetzt wird. Damit sollen Nutzer überwachen und steuern können, wie ihr Haushalt Energie aus Solarmodulen erzeugt, diese in Energiespeichern speichert und im Anschluss von Geräten, die mit Smart Things verbunden sind, optimiert

verbraucht. Samsung arbeitet zudem mit ABB zusammen, einem internationalen Anbieter von Gebäude- und Heimautomatisierung sowie von Ladegeräten für Elektrofahrzeuge.

Apropos Energieeinsparung: Die Bespoke AI Waschmaschine bietet die Funktion AI Ecobubble, die Waschmittel in Blasen verwandelt, welche wiederum schneller in die Wäsche einziehen. Dies sorgt für das gleiche Maß an Sauberkeit, kann aber den Energieverbrauch um bis zu 70 Prozent reduzieren. Auch mit dem AI-Waschzyklus können Benutzer den Energieverbrauch reduzieren: Dieser erkennt die optimale Menge an Wasser und Waschmittel und passt die Einweich-, Spül- und Schleuderzeiten entsprechend an.

Stromsparaktion mit Vattenfall

Unter dem Motto »Eine Effizienzklasse für sich« bietet Samsung in Kooperation mit Vattenfall ein Aktionspaket, bei dem Käufer einen Strombonus von bis zu 200 Euro erhalten können. Konsumenten können nicht nur mit dem Strombonus Kosten sparen, sondern zusätzlich mit den energieeffizienten Samsung-Hausgeräten. Voraussetzung ist der Erwerb eines Aktionsgeräts sowie der Abschluss eines Vattenfall Neukunden-Stromvertrags im Zeitraum vom 15. September 2022 bis 30. September 2023. Die Auswahl an Aktionsgeräten von Samsung ist groß und reicht von Bespoke Waschmaschinen, Waschtrocknern und Trocknern über Kühl- und Gefrierkombinationen bis hin zu Einbau-Kühlgeräten und Einbau-Geschirrspülern.

Innovation von LG für die Pflege und Aufbewahrung von Schuhen

Mit der Vorstellung des LG Shoe Stylers und des LG Shoe Cases auf der IFA 2022 zeigt LG Electronics neue Lösungen für die Schuhpflege in den eigenen vier Wänden. Vor allem Millennials und die Gen Z haben ein Faible für das Sammeln teurer und limitierter Turnschuhe. LG-interne Studien haben gezeigt, dass die »Sneakerheads« dieser Generationen von einer Lösung profitieren würden, die ihre Schuhe nicht nur besser zur Geltung bringt, sondern sie auch optimal pflegt.



Schuhe in Szene setzen ist gerade bei der jüngeren Zielgruppe angesagt.

Der LG Shoe Case mit transparenten Paneelen ist eine platzsparende Lösung für die sichtbare Aufbewahrung von Schuhen. Er schützt sie vor Feuchtigkeit sowie gewebeverfärbendem UV-Licht und ermöglicht es Schuhliebhabern, ihre Lieblingspaare geschmackvoll zu präsentieren. Darüber hinaus verfügt das Produkt über praktische Features im Innenbereich, wie eine 360-Grad-Drehscheibe zur perfekten Präsentation der Schuhe und ein modulares Design, um bis zu vier Schuhvitrinen übereinander zu stapeln.

Der praktische LG Shoe Styler setzt noch dazu neue Maßstäbe in der Schuhbehandlung: Er nutzt die bewährte Steam-Technologie, um Schuhe schonend aufzufrischen und tiefenrein zu behandeln. Mithilfe der absorbierenden Eigenschaften des Zeo-Dry-Filters werden Feuchtigkeit aufgesaugt und Gerüche aus den Schuhen reduziert – für ein jederzeit frisches und angenehmeres Tragegefühl.

Für eine noch komfortablere Schuhpflege können Nutzer über die ThinQ-App auf eine Reihe von Funktionen für den Shoe Case und Shoe Styler zugreifen. So können die Produkte auch aus der Ferne gesteuert und überwacht werden. Besucher der IFA 2022 konnten diese Innovationen von LG erleben. Ob und wann die Produkte in den deutschen Handel kommen, ist noch nicht bekannt.



Dreame Technology

Autarke Bodenpflege für bis zu zwei Monate

Auf der IFA 2022 präsentierte Dreame Technology sein Flaggschiff den Saug- und Wischroboter Dreame Bot L10s Ultra. In Kombination mit der Reinigungsstation hält der Roboter alle Böden in den Wohnräumen selbständig sauber. Dank automatischer Absaugstation mit hygienischem 3-Liter- Staubbeutel sowie feuchter Wischfunktion braucht sich der Besitzer bis zu 60 Tage nicht mehr um die Bodenpflege kümmern. Der L10s Ultra entleert automatisch seinen Staubbehälter, reinigt die Wischmopps, füllt Wasser nach und gibt Reinigungslösung in einen separaten Tank.

Kraftvoll mit Impeller-Technologie

Sebo zeigt auf der IFA Akku-Bürstsauger

Mit dem Sebo Softcare BP60 stellt das Unternehmen Sebo Stein & Co. GmbH einen akkubetriebenen Bürstsauger in der Objektpflege vor. Sein 25,2 Volt Akku mit 308 Wattstunden erreicht eine sagenhafte Laufzeit von 60 Minuten unter Vollast. Damit lassen sich auch großflächige Bereiche an einem Stück gründlich säubern, ohne Einschränkung und Kabelgewirr.



SC3 Deluxe EasyFix und SC4 Deluxe EasyFix

Dampfreiniger im neuen Design

Kärcher präsentiert seine neuen Dampfreiniger, die im Haushalt für hygienische Sauberkeit ganz ohne Chemie sorgen. Dabei sind sie schnell einsatzbereit und einfach zu bedienen. Mit ihrer hohen Reinigungswirkung beseitigen sie neben Schmutz und Ablagerungen auch 99,99 Prozent aller haushaltsüblichen Bakterien und 99,999 Prozent aller Coronaviren auf glatten Oberflächen. Das neue Design ist nicht nur modern sondern bietet auch viel zusätzlichen Stauraum, sodass sich da Zubehör einfach aufbewahren lässt. Der SC 4 Deluxe Easy Fix wird auch in Ausstattungsvarianten mit Bügeleisen angeboten.

Grundig

Zwei neue Saugroboter mit Wischfunktion

In der Bodenpflege sind Saugroboter mit Wischfunktion derzeit das Non-plusultra. Auf der IFA 2022 stellte Grundig zwei innovative Kombigeräte für die automatische Bodenpflege vor. Die beiden Modelle VCR 6230 und VCR 7230 übernehmen sowohl das Saugen als auch das Wischen, damit dem Anwender mehr Zeit für die schönen Dinge des Lebens bleibt. Mit 150 Minuten Laufzeit reinigen die Saugroboter mit einer Haupt- und einer seitlichen Bürste in einem von vier wählbaren Reinigungsprogrammen mit einer enormen Saugkraft von 2700 Pascal.



Fakir Inovator

Neue Akku Hand- und Stielsauger-Serie

Auf der IFA zeigte Fakir seine aktuellen Produkte, vor allem die neuen Akku Hand- und Stielstaubsauger der Serie Inovator. Alle vier Modelle der Serie haben einen Hepa-Filter und eine elektrische Turbo-Bodenrotationsbürste, die mit verschiedenen Aufsätzen den Bodengegebenheiten angepasst werden können und sich in wenigen Handgriffen zum wendigen Handstaubsauger umrüsten lassen. Das Topmodell Inovator X Plus 7286 wird mit umfangreichen Zubehör, bestehend aus Mini-Turbo-Bürste, Möbelbürste, Spitzgügendüse und Polsterdüse ausgeliefert.





Bei AEG trifft kraftvolle Leistung auf Nachhaltigkeit

Umweltfreundliches Reinigen neu definiert: Der AEG ULTIMATE 8000 ÖKO

Die Marke **AEG** geht mit dem neuen ULTIMATE 8000 ÖKO Akku-Staubsauger weitere Schritte in Richtung nachhaltigere Raumpflege und zeigt, dass umweltbewusste Qualität und Performance Hand in Hand gehen. Als »Green Hero« der 8000er-Baureihe vereint er kraftvolle Leistung und maximalen Bedienkomfort mit Energieeffizienz, einem hohen Recyclinganteil und einem langlebigeren Ansatz im Bereich Akku.



Andreas Gelsheimer

Seit über vier Jahrzehnten steht die Marke AEG als ÖKO-Pionier für Nachhaltigkeit und leistungsstarke Technologien. Die Entwicklung verantwortungsbewusster Produkte und ressourcenschonender Lösungen ist in den Grundsätzen und im unternehmerischen Handeln der Premiummarke fest verankert. Mit dem neuen Akku-Staubsauger ULTIMATE 8000 ÖKO führt AEG dieses Bestreben fort. Das Modell besteht zu 65 Prozent aus recycelten Kunststoffen und recycelbarem, eloxiertem Aluminium mit

silberner Oberfläche und wurde bereits mit dem iF Design Award ausgezeichnet.

»Die Sauberkeit unseres Zuhauses beeinflusst fast alle Aspekte unserer Gesundheit und unseres Wohlbefindens. Der AEG ULTIMATE 8000 ÖKO passt sich an die heutigen Gewohnheiten und Bedürfnisse bei der Reinigung an: Jüngere Verbraucher*innen reinigen gerne sporadisch, aber bevorzugt effizienter und wählen gleichzeitig Produktlösungen, die besser mit ihren Werten und Überzeugungen übereinstimmen«, informiert **Andreas Gelsheimer**, Product Line Manager Well-being Deutschland & Österreich.

Leistung ohne Kompromisse

Das neue Modell bietet eine optimale Lösung für beide Bedürfnisse: Das Gerät verfügt über eine extrastarke Reinigungsleistung und kann dank Auto-Modus die Saugkraft an den jeweiligen Bodenbelag automatisch anpassen, um den Energieverbrauch und die Staubaufnahme zu op-

Gemeinsam für saubere Weltmeere

Von September bis November können Verbraucher*innen mit dem ULTIMATE 8000 ÖKO wieder einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz leisten: Unter dem Motto »Mach Meer aus deinen Gewohnheiten« wird das neue Modell Teil der gemeinsamen Initiative »Meer Sauber Machen« von AEG und One Earth – One Ocean e.V. sein, die sich für den Schutz und die Sauberkeit der Weltmeere einsetzt. Als eines von acht Aktionsgeräten wird für jeden verkauften AEG ÖKO-Staubsauger im Aktionszeitraum vom 1. September bis zum 30. November 2022 wieder ein Kilogramm Müll aus dem Meer gefischt. Die Aktion wurde im Jahr 2020 in Kooperation mit One Earth – One Ocean e.V. zum 40-jährigen Jubiläum der ÖKO-Kompetenz ins Leben gerufen. Seit Beginn der Partnerschaft wurden durch gemeinsame Aktionen bereits 86 Tonnen Müll aus den Meeren gefischt.



timieren. Zugleich ergänzen die modularen und reparierbaren Zubehörteile sowie der austauschbare Akku den Nachhaltigkeitsansatz des Premium-Gerätes und ermöglichen einen längeren Lebenszyklus. Verbraucher*innen erhalten so eine noch zuverlässigere und andauernde Reinigungslösung für mühelose Sauberkeit im ganzen Haus.

Maximaler Bedienkomfort vom Boden bis zur Decke

Darüber hinaus überzeugt der neue Akku-Staubsauger von AEG durch seine Betriebsdauer von 60 Minuten (mit Handteil ohne Elektrosaugdüse) und sein herausragendes Sound-Design. Dank verstell- und abnehmbarem Teleskoprohr werden auch problemlos höhere Stellen erreicht. Der integrierte Handstaubsauger lässt sich sofort mit einem einzigen Tastendruck per QuickRelease Funktion entnehmen. Der Staubsauger kann zudem bequem aus der Ladestation gefahren werden, ohne dass das Produkt angehoben werden muss.

Küchenroboter Mycook Next

Die spanische **Taurus Group** stellte auf der IFA 2022 in Berlin ihren Küchenroboter MyCook Next vor, die nächstes Jahr auf dem deutschen Markt eingeführt werden soll. Auch in Frankreich, Italien und Portugal feiert das Gerät demnächst seine Premiere.

Mycook Next ist mit neuesten Technologien ausgestattet. Es verfügt über ein zehn Zoll großes sowie ultrasensitives Farb-Touchdisplay und kann per Sprache mit Alexa und Google Home interagieren. Der Nutzer kann sich die Nährwerte von Rezepten anzeigen lassen, ein Wochen-Menü planen sowie eine Einkaufsliste erstellen.

Das patentierte Induktionsheizsystem erreicht schnell und effizient 140 Grad Celsius, 30 kulinarische Funktionen ermöglichen die Zubereitung vielseitiger Gerichte und eine integrierte Waage erleichtert den Vorbereitungsprozess.



Mycook Next

Küchenroboter, der über ein zehn Zoll großes Touchdisplay bedient wird.

Laut Hersteller ist Mycook Next mit dem größten Touchdisplay unter den Küchenrobotern ausgestattet und dieses bietet seinem Anwender ein einzigartiges Benutzererlebnis. Praktisch ist die Mycook Club App, mit der die Hobbyköche auf über 3000 kostenlose Online-Rezepte zugreifen können. Das Gerät ist mit zwei Kochmodi, zehn Geschwindigkeiten und zwölf automatische Funktionen ausgestattet. Außerdem lassen sich auch eigene Rezepte erstellen.

Mycook Next bietet den Mehrwert, sich über soziale Medien mit anderen Anwendern auszutauschen. Die Mycook Club-Community hat derzeit 80.000 Benutzer, die laufend interagieren und neue Rezepte erstellen, die sie mit der Community teilen und die Verwendung der Küchenmaschine noch interessanter machen.

Der Mycook Next wird mit einer UVP von 1.499 Euro angegeben.



Premiere der MYestro

Graef steigt in den Markt der Küchenmaschinen ein

Die erste Küchenmaschine des Familienunternehmens **Graef** ist ein absolutes Kraftpaket. Mit der MYestro präsentiert der Sauerländer Küchengerätehersteller nicht nur sein neues Flaggschiff des Deli Kitchen-Sortiments, sondern stößt gleichzeitig die Tür in ein für Graef komplett neues Marktsegment auf.

Dank starkem 800-Watt-Profi-Gleichstrommotor verarbeitet die neue MYestro nicht nur schwere Teige und große Mengen in der 7-Liter-Edelstahlrührschüssel mit meisterlicher Leichtigkeit, sondern knetet, rührt und schlägt selbst im Vollastbetrieb flüsterleise und mit hoher Laufruhe. Die Küchenmaschine punktet mit hochwertigem Vollmetallgehäuse und fünf Jahren Garantie – auch in Sachen Langlebigkeit und Ausdauer, für die Graef-Produkte seit langem bekannt sind.

Mit der Erstpräsentation auf der IFA werden bereits die Weichen für eine erfolgreiche Markteinführung der MYestro im Handel gestellt. »Unsere Händler können sich schon freuen, denn wir unterstützen sie mit unterschiedlichen POS-Materialien – von Displays, Flyern und Plakaten über Booklets bis hin zum informativen Produktfilm – alle in Anlehnung an unseren Produktclaim ‚Mehr Power. Mehr Menge. Mehr Graef.‘, erläutert **Franziska Graef**, Marketingleiterin von Graef.

Darüber hinaus konnte Graef mit Brotsommelier und Bäcker- und Konditormeister **Ralf Gießelmann**, der zu den ersten Brotsommeliers Deutschlands zählt, einen überaus erfahrenen Kompetenzbotschafter für die MYestro gewinnen. Mit einer



Enthüllung der MYestro

Auf der IFA 2022 wird die neue Küchenmaschine von Marketingleiterin Franziska Graef vorgestellt.

solchen Backexpertise im Rücken steht einem erfolgreichen Verkaufsstart im Handel nichts mehr im Weg.

Die neue MYestro Küchenmaschine der Marke Graef wird ab November 2022 für 849 Euro UVP im Handel erhältlich sein.

Tefal freut sich auf kulinarische Genüsse mit Nelson Müller



Nelson Müller – Sternekoch, TV-Koch und Buchautor – wird in den nächsten zwei Jahren die Marke **Tefal** als Markenbotschafter prominent vertreten wird. In der verbleibenden zweiten Hälfte des Jahres 2022 wird sich die Zusammenarbeit vor allem um das Thema »Internationales Grillen« und den »OptiGrill« drehen – inklusive Rezeptbuch, breit angelegter Digitalkampagne sowie zahlreichen Aktivitäten am Point of Sale.

Unterwegs sein, woanders leben und sich doch wie zu Hause fühlen: Viele verbinden das Kochen leckerer heimischer Speisen mit Heimat und Familie. Der intelligente und vielseitige Opti Grill von Tefal ist der perfekte Küchenhelfer, um sich ein Stückchen Heimat dorthin zu holen, wo man sich gerade befindet – egal, ob man es sich neben dem Camper mitten im Nirgendwo oder in der Schneehütte in den Bergen gemütlich machen möchte. Von Gemüse über Fisch bis hin zu Fleischgerichten wie Nürnberger Bratwurst oder Souvlaki lässt sich darauf alles zubereiten, was das Herz begehrt – Hauptsache es erinnert an die Heimat.

Nelson Müller steht mit seinem Motto »Heimat muss kein Ort sein« für genau diese Idee ein. Für ihn ist der Begriff Heimat nicht immer an einen bestimmten Ort gebunden – Musik, Bilder oder eben ein Gericht können ebenfalls ein Gefühl von Heimat entflammen.

»Ich fühle mich sehr geehrt, dass Tefal mich zum neuen Markenbotschafter ernannt hat«, freut sich Nelson Müller, denn er weiß, dass die Küchengeräte der Marke seit Jahrzehnten in vielen Haushalten einfach zur Grundausstattung dazu gehören und Familien in ihrem Essensalltag beglei-

ten – selbst wenn sie sich gerade nicht in ihren eigenen vier Wänden befinden. »Mit Tefal verbinde ich auch die Weiterentwicklung von Hausgeräten und neue Innovationen. Der Opti Grill gehört mit seinen praktischen Funktionen definitiv dazu, denn damit sorgt er daheim und auch unterwegs für perfekte Grillergebnisse«, so Nelson Müller weiter.

»Nelson ist gleich auf zwei Ebenen der ideale Partner für die Marke Tefal: Zum einen repräsentiert er mit seinem Motto genau das, was wir im Rahmen unserer Kampagne im zweiten Halbjahr vermitteln möchten: Heimat kann auch eine Art kulinarische Nostalgie sein. Mit dem intelligenten Opti Grill kannst du Heimatgefühle überall aufleben lassen – egal, wo du dich auf der Welt befindest«, erläutert **Sharon Spinelli**, Marketing Manager Kitchen Electrics bei Groupe SEB. »Zum anderen legt er viel Wert auf Vielfalt, Einfachheit, Nachhaltigkeit und gesundes, bewusstes Kochen – Werte, die wir auch bei Tefal leben und die wir mit unseren Küchenhelfern wie dem Opti Grill oder der Heißluftfritteuse Easy Fry in die Küchen bringen. Wir freuen uns sehr auf die gemeinsame Zusammenarbeit mit Nelson – das wird eine kulinarisch spannende Zeit.«

Herbstzeit ist Dörrzeit

Die **Design Dörrautomaten** Max und Pro von Gastroback eignen sich für das Dörren größerer Mengen, was besonders für alle mit eigenem Garten interessant sein dürfte, denn gerade im Sommer und Herbst lässt sich die Vielzahl an geernteten Früchten gar nicht so schnell verbrauchen.



Dank der variablen Temperatureinstellung zwischen 35 und 75 Grad Celsius sind die Dörrgeräte optimal zum schonenden und natürlichen Trocknen ganz ohne Zugabe von Zucker und Konservierungsstoffen geeignet. Im Gegensatz zum üblichen Haltbarmachen durch Einkochen bietet das Dörren den Vorteil, dass kein Zucker zugesetzt wird und ein Großteil der Vitamine und Mineralstoffe erhalten bleibt. Der weitere Vorteil von gedörrten Leckereien: Sie sind länger haltbar. So lassen sich Lebensmittel gut konservieren, ohne an Geschmack zu verlieren.

Kenwood Autograph Collection

Mit der Autograph Collection macht Kenwood vier Küchengeräte zum stylischen Blickfang in der Küche. Diese edle Design-Kollektion beeindruckt mit einem matt-schwarzem Finish, stilvoll unterbrochen von Highlights im Metallic Look. Neben der schicken Optik haben die Modelle der Autograph Collection die bekannten Vorzüge aller Kenwood Produkte: Starke Leistung und kreative Vielseitigkeit.



Zur neuen Autograph Collection, die ab Mitte Oktober im Handel erhältlich ist, gehören die Küchenmaschinen Titanium Chef Baker & Titanium Chef Baker XL, die Kompakt-Küchenmaschine Multi Pro XL Weigh+ sowie der Handmixer Quick Mix+.



Aktuelle Studienergebnisse

Verbraucher verlangen ein Umdenken bei der Globalisierung

Ob Waschmaschine, Fernseher oder Smartphone – Käufer von Elektrogeräten und Consumer Electronics legen zunehmend Wert darauf, dass die Hersteller in ihrer Heimat produzieren oder dort ihren Hauptsitz haben. Das wachsende Augenmerk auf lokale Verwurzelung ist das Resultat einer zunehmend globalisierungskritischen Haltung der Kundschaft.

So ist in Deutschland etwas mehr als die Hälfte (54 %) der Menschen der Ansicht, dass die heutige Welt zu stark globalisiert ist – nur knapp ein Viertel (22 %) denkt das Gegenteil. Deutschland liegt damit im Mittelfeld der Globalisierungsskeptiker, so das Ergebnis der Studie »The Way Back Home«. Diese hat die Strategieberatung Oliver Wyman gemeinsam mit der gfu Consumer & Home Electronics GmbH durchgeführt.

»Konsumenten nehmen die Hersteller heute stärker in die Pflicht«, erläutert **Dr. Sara Warneke**, Geschäftsführerin der gfu, die die Messe IFA in Berlin veranstaltet. »Sie müssen nachweisen und klarer kommunizieren, dass ihre Produkte gut für die Menschen und gut für die Umwelt sind.«

In fünf Ländern haben Oliver Wyman und gfu Käufer von Elektro-Hausgeräten und Consumer Electronics befragt. Besonders skeptisch mit Blick auf Globalisierung zeigen sich Menschen in Indien (91 %) und Frankreich (70 %), wohingegen in China (46 %) und den USA (44 %) das Lager derjenigen, die eine weltweite Arbeitsteilung infrage stellen, weniger als die Hälfte der Bevölkerung ausmacht.

»Die Zeit ist zu Ende, in der viele Menschen beim Einkauf die Produktionsbedingungen ausgeblendet haben«, führt Warneke weiter aus. Als zunehmend problematisch werden die Verflechtungen zwischen Ländern laut Umfrage in allen Ländern eingeschätzt. »Die Kritik an der Internationalisierung der Wirtschaft ist zu einem breiten Trend geworden. Für Unter-

nehmen wird eine Verwurzelung oder Fertigung innerhalb des Landes damit zu einem bedeutenderen Unterscheidungsmerkmal im Wettbewerb.«

Corona und Ukraine-Krieg beschleunigen das Umdenken

Überproportional stark vertreten in der Gruppe der Globalisierungskritiker sind junge sowie akademisch gebildete Menschen. Die Internationalisierung der Wirtschaft werde aber über alle Bevölkerungsschichten hinweg stärker hinterfragt, informiert **Dr. Martin Schulte**, Partner bei Oliver Wyman und Mitautor der Studie.

Als wichtige Ursachen dafür nennt er die Corona-Krise und den Ukraine-Krieg. »Angesichts gestörter Lieferketten und der spürbaren Risiken der Abhängigkeit von Autokratien gewinnt die Frage nach

einer lokalen Präsenz und Produktion an Bedeutung.« Besonders hoch fiel der Zuwachs der Zustimmung bei der Aussage »Mir ist wichtig, wo eine Marke ihren Hauptsitz hat« in Deutschland aus – ein Plus von 19 Prozent ermittelte die Studie im Vergleich zum Zeitraum vor 2020. 14 Prozent beträgt hierzulande der Zuwachs bei der Aussage »Mir ist wichtig, wo die Marke produziert«.

Länderübergreifend gewinnt die Herkunft von Elektro-Hausgeräten und Consumer Electronics an Bedeutung. Zwei Drittel der Befragten bekennen sich zu einer stärkeren Präferenz für Marken, die in ihrem Heimatland den Hauptsitz haben. Etwa drei Viertel schreiben einer lokalen Fertigung eine gewachsene Bedeutung zu. Parallel wird eine transparente Lieferkette erwartet.

»Verbraucherinnen und Verbraucher wollen auch wissen, wo die Bauteile der Produkte hergestellt werden und richten ihre Kaufentscheidung danach aus«, sagt Schulte. Dies gelte für alle betrachteten Länder. Von einer heimischen Produktion versprechen sich die Käufer auch eine höhere Qualität und mehr Nachhaltigkeit. Galt bisher die Formel, dass die Globalisierung mehr Vorteile als Nachteile bringe, so winken heute 61 Prozent der Deutschen bei dieser Aussage ab. »Für die Exportnation Deutschland ist dies ein überraschendes Ergebnis«, so Schulte weiter.

Klimaschutz als globales Gemeinschaftsprojekt

Beim Klimaschutz und in Fragen der Nachhaltigkeit befürworten allerdings die Menschen in Deutschland eine länderübergreifende Zusammenarbeit. 58 Prozent der Befragten erachten die Globalisierung in diesen beiden Feldern als nützlich. »Verbraucherinnen und Verbraucher sehen den Klimaschutz überwiegend als globales Gemeinschaftsprojekt«, stellt Experte Schulte fest. Mit einer guten Nachhaltigkeitsstrategie könnten Hersteller hier punkten. »Unternehmen mit einer grünen Lieferkette haben gute Chancen, ihre Marktposition auszubauen«, meint Schulte. »Sie können offensiv in der Kommunikation herausstellen, dass sie nicht Teil des Problems sind, sondern Teil der Lösung.«



IFA 2022 Dr. Sara Warneke und Dr. Martin Schulte informieren über die Studie »The Way Back Home«.



»Beurer Health Manager Pro« App

Ganzheitliches Gesundheitsmanagement

Mit seiner neuen App hebt **Beurer** das digitale Gesundheitsmanagement auf ein neues Level. Die Körperwerte sind dabei immer gesammelt in einer App verfügbar – jederzeit und überall.

Die neue Medizinprodukt-App vereint zahlreiche »Connect«-Geräte aus den Bereichen Körpergewicht, Blutdruck, Blutzucker, EKG, Sauerstoffsättigung, Schlaf, Körpertemperatur und Aktivität. Die Anwendungsmöglichkeiten werden durch erweiterte Features ergänzt. Das moderne Design und die intuitive Bedienung machen den Überblick über die eigenen Körperwerte spielend einfach.

Die Nutzeroberfläche wurde barrierefrei entwickelt, so können auch Menschen mit eingeschränktem Sehvermögen die App gut bedienen. Schriftgröße, Kontraste und die optimierte Darstellung von Werten können für eine bessere Lesbarkeit nach individuellem Bedürfnis angepasst werden. Messdaten und Verlaufsgrafiken werden übersichtlich dargestellt und sind jederzeit und überall abrufbar. Praktisch ist auch die Exportfunktion, mit der die Werte zum Beispiel für den einfachen und sicheren Austausch mit dem Arzt bereitgestellt werden können.

Der zusätzliche Smart Service »beurer MyHeart« unterstützt dabei, einen gesünderen Lebensstil zu integrieren und gibt hilfreiche Gesundheitstipps im Alltag. »beurer MyHeart« begleitet den Nutzer zum Beispiel durch tägliche Impulse, Bewegungs- und Ernährungstipps auf dem Weg zu mehr Gesundheitsbewusstsein. Mit dem Service »beurer MyCardio Pro« erhält der Anwender zudem personalisierte Analysen seiner EKG-Messungen durch zertifizierte Algorithmen zur optimalen Überprüfung der Herzgesundheit.

Shark Ninja erweitert Sortiment

Auf der IFA feierte die Flex Style Serie von Shark Ninja Premiere. Mit diesen leistungsstarken und vielseitigen Haartrocknern und Multi-Hairstylern steigt der globale Elektrokonzern in den Beauty-Sektor ein.



Das Topprodukt Flex Style HD440SLEU verwandelt sich mit einem Twist im Handumdrehen vom leistungsstarken Haartrockner zum vielseitigen Multi-Styler für alle Haartypen. Dank dieser Kombination kann nasses Haar in einem Vorgang ohne Hitzeschäden getrocknet und gestylt werden. Fünf Aufsätze ermöglichen individuelle Frisuren: Lockenaufsatz, Paddelbürste, Ovalbürste, Konzentrator und Diffusor.

Mit der globalen Markenkampagne »For All Hairkind« möchte Shark Beauty die Vielfalt der Haartypen feiern, denn die Kampagne stellt alle Haartypen und ihre einzigartigen Eigenschaften in den Mittelpunkt. Ziel ist es, dem Anwender zu helfen, das Haar wie gewünscht zu stylen – unabhängig von Länge, Farbe, Dicke oder Beschaffenheit.



Philips Luftreiniger

Große Wirkung Kleiner Verbrauch

Die warmen Tage sind vorbei und wir verbringen wieder mehr Zeit in Innenräumen. Damit einher geht auch die Sorge vor steigenden Infektionszahlen – vor allem in Klassenzimmern. Luftreiniger stellen laut Gesellschaft für Aerosolforschung neben Lüften nach wie vor einen wichtigen Beitrag zum Hygienekonzept dar. Gleichzeitig sind wir angehalten, Energie zu sparen. Steht die Energiekrise also im Konflikt mit sauberer Luft? Nein, denn mobile Philips Luftreiniger haben im Schnitt einen Energieverbrauch von 15 Watt. Das entspricht dem Einsatz einer Energiesparlampe.

Xiaomi Smart Air Purifier 4 Compact

Kompakt und leistungsstark – energieeffizient und leise

Der neue Xiaomi Smart Air Purifier 4 Compact überzeugt gleich mehrfach – mit seinen platzsparenden Maßen, seinem smarten Design sowie seinen überragenden inneren Werten. So fängt der neue Luftreiniger dank der 3-in-1-Filterung Partikel bis zu einer Größe von 0,3 Mikrometern ab, sorgt für eine gründliche Reinigung und beseitigt die üblichen Luftschadstoffe in Innenräumen. Pollen, Tierhaaren und anderen Allergenen lässt er keine Chance. Der Luftreiniger von Xiaomi ist ideal für den Einsatz im Büro, im Homeoffice und im Wohnraum zuhause – geeignet für Grundflächen von 16 bis 27 Quadratmeter.



Neue Grundig Haarpflege-Serie

Neue Hairstyler aus der Natur Shine Familie ergänzen seit der IFA den Personal Care-Bereich von Grundig. Mit dem Lockenstab HS 7230 sowie der Glättbürste HB 7150 lässt sich langes Haar einfach und schonend frisieren. Dafür sorgt eine spezielle Keramikbeschichtung aus Macadamia- und Kokosöl.

CEMarkt

Business-Portal

electro

Immer
aufs Beste
informiert

Die Branche im Blick

Tagesaktuelle
Branchen-
meldungen

Newsletter
kostenlos und
bequem per
Mail

Print-
Ausgaben
online
lesen



Zur *CE-Markt electro*
Newsletter-Anmeldung
geht es hier: ce-electro.de

